

**ATLANTIC**  
GRUPA

Stvaramo okuse  
koje volite

20



**GODIŠNJE**

Izvješće



5	<b>ATLANTIC GRUPA U 2020. GODINI</b>
6	<b>PISMO PREDSEDNIKA UPRAVE DIONIČARIMA</b>
8	<b>KORPORATIVNI PROFIL ATLANTIC GRUPE</b>
8	O KOMPANIJI
8	POVIJESNI RAZVOJ
12	<b>ORGANIZACIJSKA STRUKTURA</b>
13	<b>OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA U 2020. GODINI</b>
18	IZJAVA POTPREDSJEDNIKA UPRAVE ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI
20	<b>KORPORATIVNO UPRAVLJANJE ATLANTIC GRUPE</b>
21	ORGANIZACIJA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA U ATLANTIC GRUPI
21	GLAVNA SKUPŠTINA
22	NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE
25	KOMISIJE NADZORNOG ODBORA
26	IZVJEŠĆE NADZORNOG ODBORA O KORPORATIVNOM UPRAVLJANJU
28	UPRAVA ATLANTIC GRUPE
32	POLITIKA NAGRAĐIVANJA ČLANOVA UPRAVE
34	POSLOVNI ODBORI
34	INTERNA REVIZIJA U 2020. GODINI
36	<b>DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE</b>
42	<b>ODRŽIVI RAZVOJ I ZAŠTITA OKOLIŠA U 2020. GODINI</b>
44	<b>INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA PROCESIMA U 2020. GODINI</b>
48	<b>LANAC OPSKRBE</b>
50	<b>UPRAVLJANJE RIZICIMA ODRŽIVOSTI</b>
54	<b>LJUDI I KULTURA U 2020. GODINI</b>
56	<b>INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE U 2020. GODINI</b>
59	<b>OPERATIVNO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE</b>
61	<b>STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNO PODRUČJE</b>
61	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA
65	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI
69	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO
75	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA
79	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PHARMA
83	POSLOVNO PODRUČJE DONAT
86	<b>STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA I DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA</b>
87	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA
88	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA
88	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA
89	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA
89	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA
90	GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA
90	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA
92	<b>KONTROLA KVALITETE</b>
94	<b>FINANCIJSKO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE</b>
94	IZJAVA POTPREDSJEDNIKA ZA FINACIJE
96	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2020. GODINI
102	DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2020. GODINI
105	FINANCIJSKI POKAZATELJI U 2020. GODINI
107	OČEKIVANJA MENADŽMENTA ZA 2021. GODINU
108	DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)
116	<b>RIZICI POSLOVANJA ATLANTIC GRUPE</b>
116	RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA
117	RIZIK INDUSTRIJE I KONKURENCIJE
119	RIZIK KONKURENCIJE
120	POSLOVNI RIZIK
121	FINANCIJSKI RIZICI
123	<b>KRATICE</b>
124	<b>IZVJEŠĆE REVIZORA I KONSOLIDIRANI FINACIJSKI IZVJEŠTAJI</b>

					
DONAT	PIČA	KAVA	SLATKO I SLANO	PHARMA	DELIKATESNI NAMAZI
<p>Donat</p>	<p>CEDEVITA</p> <hr/> <p>Cockta</p> <hr/> <p>Kala</p>	<p>barcaffé</p> <hr/> <p>grand K A F A</p> <hr/> <p>Bonito prava kafa</p>	<p>Najlepše želje</p> <hr/> <p>Smeki</p> <hr/> <p>Bananica</p> <hr/> <p>Integrino</p>	<p>farmacia</p> <hr/> <p>Bebi</p>	<p>ARGETA</p> <hr/> <p>montana</p> <hr/> <p>Bakina Tajna</p> <hr/> <p>Amfissa</p>

## Atlantic Grupa u 2020. godini

PRODAJA  
(U KUNAMA)

**5.252** milijuna

PAD

**-3,3%**

ORGANSKI PAD

**-0,4%**

EBITDA\*  
(U KUNAMA)

**716,5** milijuna

EBITDA MARŽA\*

**13,6%**

EBITDA MARŽA PROMJENA

**-69** pp

NORMALIZIRANA EBITDA\*  
(U KUNAMA)

**755,1** milijuna

NORMALIZIRANA EBITDA MARŽA\*

**14,4%**

NORMALIZIRANA EBITDA MARŽA  
PROMJENA

**+109** pp

EBIT\* (U KUNAMA)

**442,2** milijuna

EBIT MARŽA\*

**8,4%**

EBIT MARŽA PROMJENA

**-79** pp

NORMALIZIRANA EBIT\*  
(U KUNAMA)

**480,8** milijuna

NORMALIZIRANA EBIT MARŽA\*

**9,2%**

NORMALIZIRANA EBIT MARŽA  
PROMJENA

**+99** pp

NOVČANI TOK IZ POSLOVNIH  
AKTIVNOSTI (U KUNAMA)

**577,1** milijuna

SLOBODNI NOVČANI TOK  
(U KUNAMA)

**334,4** milijuna

DIVIDENDA PO DIONICI  
(U KUNAMA)

**25,0**

\* 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“.



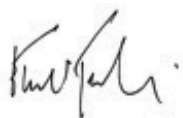
Stabilna  
financijska  
pozicija,  
snaga naših  
brendova.

**POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE** pokazalo je tijekom 2020. godine visoku razinu stabilnosti, unatoč gospodarskim poremećajima uzrokovanim pandemijom COVID-19. Stabilna financijska pozicija, snaga naših brendova, optimiranje poslovnih procesa i kvalitetno strateško upravljanje omogućili su nam da održimo sigurnost radnih mjesta, aktivno se uključimo u pomoć zajednici u borbi protiv koronavirusa, povećamo zadovoljstvo i angažiranost zaposlenika u novonastalim uvjetima rada te poboljšamo profitabilnost uz minimalne negativne posljedice na konsolidirane prihode, rekordno nisku zaduženost i brojna stručna priznanja.

Korporativna razvojna strategija koju smo postavili prošle godine pomogla nam je da držimo jasan smjer prema zacrtanim ciljevima. Nastavljajući dezinvestiranje non-core poslovnih djelatnosti, Atlantic Grupa je u 2020. zaključila ugovor o prodaji brenda dječje prehrane Bebi, nakon što je kompanija u prethodnoj godini već izašla iz segmenta sportske i aktivne prehrane (Multipower), iz dodataka prehrani (Dietpharm i Multivita) te distribucije vode u galonima. Nastavili smo usmjeravati fokus na jačanje glavnih kategorija roba široke potrošnje koje čine kava, delikatesni namazi, slani snack, čokolada te bezalkoholni i funkcionalni napici. Važan dio korporativne razvojne strategije predstavlja i ciljana internacionalizacija s brendovima koji su dokazali međunarodni potencijal.

Brojna neovisna istraživanja tržišta potvrdila su uspješnost našeg ukupnog poslovanja i pristupa te je Atlantic Grupa, između ostalog, na drugom mjestu liste Top 5 Poslodavaca Partnera u 2020. u Hrvatskoj, peti najpoželjniji poslodavac u Hrvatskoj prema istraživanju tvrtke MojPosao te najpoželjniji poslodavac mladima u Srbiji u kategoriji hrane i pića. Atlantic je također na 12. Fininoy dodjeli nagrada ponio titulu najuspješnijeg dugovječnog poduzetnika, dok je na 11. dodjeli nagrada u organizaciji Poslovnog dnevnika i Zagrebačke burze dobio prvu nagradu za odnose s investitorima. U prosincu 2020. godine uspješno smo izdali korporativne obveznice u iznosu od 300 milijuna kuna uz povijesno najpovoljnije uvjete u nefinancijskom sektoru na hrvatskom tržištu kapitala.

Unatoč krizi nastavljamo i dalje s planiranim ulaganjima u razvoj poslovanja, te zahvaljujući fokusu povećavamo profitabilnost te održavamo punu zaposlenost i kulturu otvorenosti i podrške. Naši prioriteti i u neizvjesnosti razvoja epidemiološke situacije ostaju isti - održavanje pozitivnog zdravstvenog biltena naših djelatnika, osiguranje nesmetanog nastavka proizvodnje i kontinuirane opskrbe naših kupaca i potrošača te društvena odgovornost u najširem smislu. Ponosan sam kao zaposlenik i predsjednik Uprave Atlantic Grupe na brigu koju smo pokazali jedni prema drugima te način na koji se nosimo s izazovima, svjesni privilegija da radimo u industriji koja nije toliko pogođena pandemijom. Svijet u kojem živimo i radimo se mijenja i naša su nastojanja usmjerena na to da budemo i ostanemo relevantni - kroz naše brendove, kroz suradnju s partnerima, razvoj naših kompetencija i kroz brigu za zaposlene i cjelokupnu društvenu zajednicu.



## Pismo predsjednika Uprave dioničarima



**EMIL TEDESCHI**

PREDSJEDNIK UPRAVE  
ATLANTIC GRUPE



# Korporativni profil Atlantic Grupe

## O KOMPANIJI

**ATLANTIC GRUPA** posluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija čije poslovne aktivnosti uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi, zapadnoeuropskim tržištima te Rusiji i Zajednici Neovisnih Država (ZND). Od svog osnutka u ranim 1990-ima, Atlantic Grupa je provodila strategiju razvoja temeljenu na kombinaciji organskog rasta i akvizicija, uz gotovo 50-tak preuzimanja različitih veličina, od kojih se svakako ističu ona koja su imala karakter transformacijskih preuzimanja, prije svega preuzimanje društava Cedevita i Droga Kolinska.

Danas je Atlantic Grupa kompanija s: (i) prihodima od prodaje od 5,3 milijarde kuna, (ii) 14 modernih proizvodnih pogona (u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini te Makedoniji), (iii) razvijenom regionalnom distribucijom, te (iv) 8 brendova s prodajom iznad 120 milijuna kuna s visokim tržišnim udjelima i prepoznatljivošću. Atlantic Grupa ima uravnoteženu prisutnost u jugoistočnoj Europi gdje ostvaruje 91% ukupne prodaje, dok se 9% odnosi na prisutnost kompanije u zapadnoj Europi, zemljama ZND-a i ostalim zemljama.

Jedan smo od vodećih prehrambenih proizvođača u jugoistočnoj Europi, s prominentnim brendovima iz segmenta kave - Grand kafa i Barcaffè, s rasponom brendova iz segmenta pića - Cockta, Cedevita, Kala i Kalnička, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Najlepše želje i Bananica, brendom Argeta iz segmenta delicatesnih namaza te funkcionalnom vodom Donat. Dodatno, Atlantic Grupa je vlasnik vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia.

## POVIJESNI RAZVOJ

Početak poslovanja Atlantic Grupe seže u 1991. godinu i osnivanje kompanije Atlantic Trade d.o.o. za distribuciju robe široke potrošnje. U narednim godinama, kompanija se razvila u snažnog nacionalnog distributera s distribucijskim centrima u Zagrebu, Splitu, Rijeci i Osijeku te respektabilnim portfeljem principala kao što su kompanije Wrigley, Mars, Ferrero, Johnson & Johnson i drugi.

Otvaranjem predstavničkog ureda u Bosni i Hercegovini 2001. godine, a potom i vlastitih kompanija za distribuciju u Srbiji, Makedoniji i Sloveniji, kompanija je postala regionalna. Akvizicijom tvrtke Cedevita d.o.o. 2001. godine, Atlantic Grupa je osim distribucijske postala i proizvodna kompanija.

Izlazak iz regionalnih okvira uslijedio je 2005. godine preuzimanjem njemačkog proizvođača prehrane za sportaše s poznatim brendom Multipower, čime Atlantic Grupa stupa na zapadnoeuropsko tržište i postaje međunarodna kompanija. U 2006. godini matična kompanija je transformirana u dioničko društvo te je iduće godine, uspješnom provedbom inicijalne javne ponude dionica Atlantic Grupe d.d., uvrstila svoje dionice na uređeno tržište Zagrebačke burze. U 2008. godini kompanija počinje preuzimati ljekarničke ustanove i formirati vlastiti ljekarnički lanac. Temeljem razvoja kompanije do sredine 2010. godine, Atlantic Grupa je izrasla u jednog od vodećih europskih proizvođača prehrane za sportaše, regionalnog lidera u proizvodnji vitaminskih napitaka i dodataka prehrani, istaknutog regionalnog proizvođača kozmetike i proizvoda za osobnu njegu, vodećeg distributera robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi te vlasnika jednog od vodećih privatnih ljekarničkih lanaca u Hrvatskoj objedinjenog pod nazivom Farmacia.

Prekretnicu u poslovanju kompanije predstavlja dosad najveća akvizicija u povijesti Grupe - preuzimanje kompanije Droga Kolinska, s razvijenim portfeljem brendova iz vlastitog proizvodnog programa i vodećim tržišnim pozicijama na regionalnim tržištima. Okončanjem akvizicije u 2010. godini Atlantic Grupa je postala jedna od vodećih prehrambenih kompanija u regiji.

Poslovanje kompanije u razdoblju nakon akvizicije obilježio je proces sveobuhvatne integracije, među kojima je svakako najupečatljiviji bio proces vezan uz distribucijsko-logističke aktivnosti. Proces spajanja distribucijskog poslovanja dviju kompanija u pojedinačnim distribucijskim entitetima na svakom regionalnom tržištu rezultirao je stvaranjem jake distribucijske mreže regionalnog karaktera. U segmentu proizvodnje fokus je stavljen na objedinjavanje pojedinih proizvodnih djelatnosti i prijenos izdvojenih procesa proizvodnje u vlastitu s ciljem ekonomičnijeg korištenja postojećih proizvodnih ka-



paciteta. U segmentu nabave implementiran je centralizirani sustav poslovanja, uz uspostavljanje koncepta ključnih kupaca za osnovne sirovine. Tijekom 2012. i 2013. godine, redefiniranjem modela podrške korisnicima, redizajnom dijela IT servisa i ujednačavanjem tehnološke platforme, uspješno je izvršena prva faza konsolidacije informacijske tehnologije na razini cijele Grupe. Uspješno provedeni navedeni procesi integracije, izvršeni do konca 2013., transformirali su Atlantic Grupu u snažnog proizvođača i distributera u JI Europi, te je stvoren čvrsti temelj za daljnji razvoj i širenje njezina poslovanja.

U 2015. godini Atlantic Grupa je preuzela društvo Foodland s prepoznatljivim brendom Bakina tajna i paletom proizvoda vrhunske kvalitete, a tijekom iste godine puštena je u pogon nova tvornica energetske pločice iz asortimana Sportske i aktivne prehrane u Industrijskom parku Nova Gradiška.

Tijekom 2016. godine osnovane su distribucijske kompanije u Njemačkoj i Austriji kako bi omogućili plasman ciljane grupe proizvoda Atlantic Grupe na tim tržištima.

U skladu s odlukom o vođenju daljnjeg poslovanja kompanije s fokusom na ključne brendove, odnosno velike kategorije iz proizvodnog portfelja, te one kategorije koje imaju snažan potencijal rasta i održivosti, u 2017. godini započeli smo s provedbom dezinvestiranja „non-core“ poslovnih operacija Atlantic Grupe. Na samom početku tog procesa, provedeno je restrukturiranje i pojednostavljenje poslovanja poslovnog područja Sportske i aktivne prehrane, u sklopu kojega su sklapanjem strateškog partnerstva s respektabilnom belgijskom kompanijom Aminolabs, istoj prodane dvije tvornice – ona u njemačkom Bleckedeu te tvornica u Novoj Gradišci, kao i s njima povezana uslužna proizvodnja za treće strane (private label). Tijekom 2018. godine izvršena je reorganizacija distributivnog poslovanja na tržištu Njemačke koje je u cijelosti preuzeo dugogodišnji distribucijski partner kompanije na tom tržištu, te prodaja društva Neva, koje okuplja poznate kozmetičke brendove Melem, Plidenta i Rosal. Prodajom brendova Multipower, Champ i Multaben u 2019. dezinvestirali smo posljednji dio poslovanja Sportske i aktivne prehrane, zadržavanjem njihove distribucije na tržištima Hrvatske, Austrije, Italije i Srbije. Sa samim krajem 2019. izvršena je prodaja brendova Dietpharm i Multivita, te društva Bionatura Bidon Vode čime je Atlantic Grupa dezinvestirala poslovanje distribucije bidona, zadržavajući brend Kala i ukupno poslovanje vezano uz punionicu vode. Tijekom 2020. godine aktivnosti ovog procesa nastavljene su zaključenom prodajom brenda dječje prehrane Bebi kompaniji Nelt Grupa, sa sjedištem u Beogradu, čije se zaključenje očekuje do 30. lipnja 2021. godine.

U okviru temeljnog proizvodnog portfelja usmjerenog na izgradnju liderske pozicije Atlantica na hrvatskom tržištu kave i širenja u rastućem segmentu konzumacije izvan kućanstva, 2019. godine zaključili smo strateško partnerstvo s društvom Vivas koje okuplja gotovo 300 ugostiteljskih objekata. Nastavno na ovo ulaganje, Atlantic Grupa je 2020. ušla u strateško partnerstvo s jednim od vodećih društava na hrvatskom tržištu espresso kave, tvrtkom Procaffè, koja je danas prisutna u preko 800 ugostiteljskih objekata u Hrvatskoj. Planira se i daljnje unapređenje vodeće pozicije u segmentu kave na područ-

ju regije te osnaživanje potrošačkog iskustva u ovoj kategoriji, ali i kategorijama delikatesnih namaza, flipsa, čokolade i bezalkoholnih napitaka voćnog okusa, gdje Atlantic ima vodeće brendove (Argeta, Smoki, Najlepše želje, Cedevita).

Korporativna strategija definirana u 2019. godini, u izazovnoj 2020. je dobila svoju definitivnu potvrdu, a Atlantic Grupa se kroz novu viziju odredila kao lider u industriji hrane i pića. Definirana korporativna strategija daje jasan smjer za godine pred nama i temelji se na tri strateška cilja, a to su:

#### **POVJERENJE I UZBUĐENJE U KLJUČNIM KATEGORIJAMA**

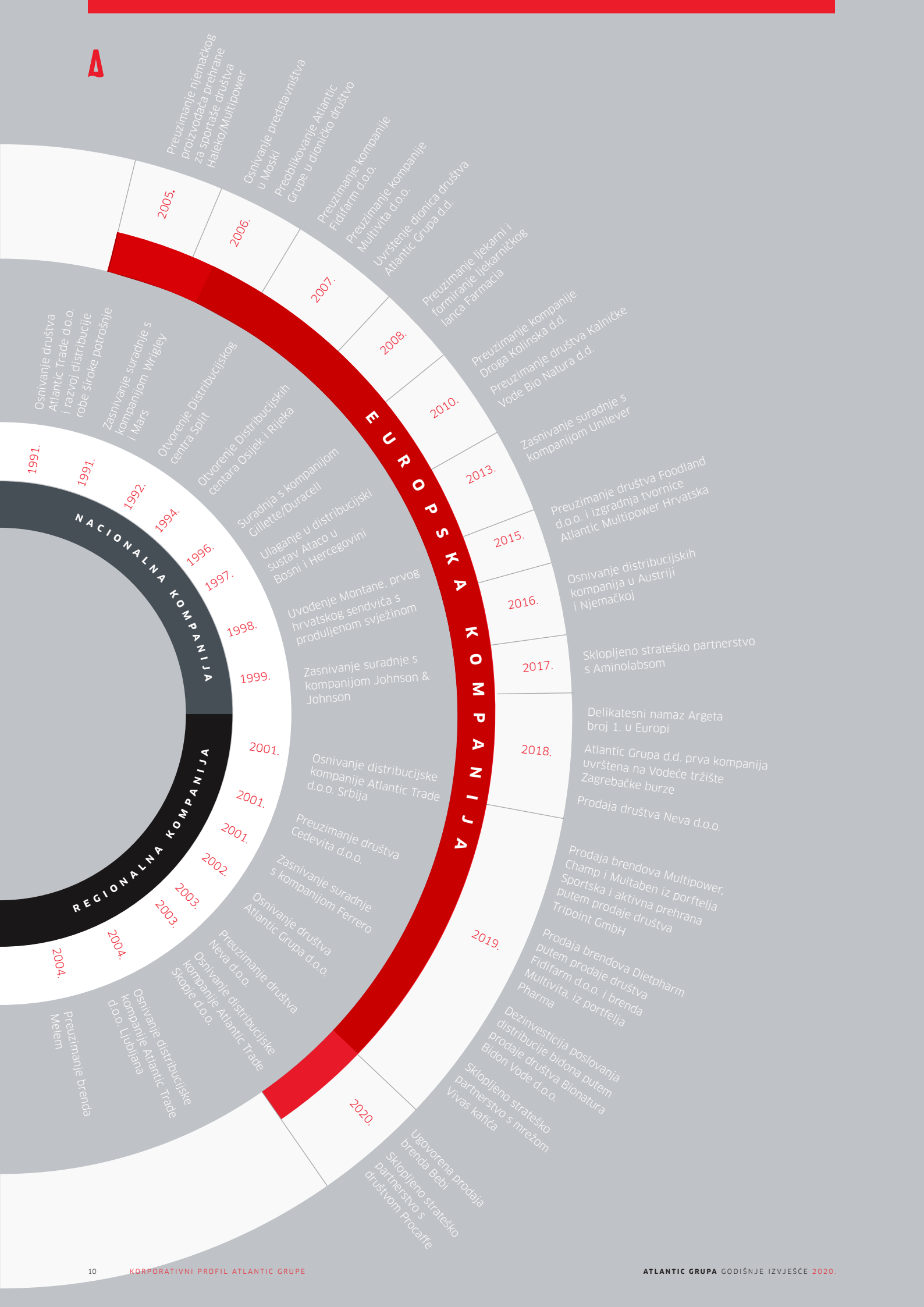
Atlanticovi brendovi već su generacijama dio svakodnevnog života milijuna potrošača. Ključ kompanijskog uspjeha ovisi o potrošačima i njihovom odnosu prema našim brendovima pa je prvi strateški cilj kompanije usmjeren na kontinuirano stvaranje i održavanje povjerenja i uzbuđenja u našim ključnim kategorijama.

#### **NOVI IZVORI RASTA**

Svjesni smo da se potrošačke navike i potrebe mijenjaju, a da mi kao kompanija trebamo biti znatiželjni u otkrivanju novih prilika i tržišta. Stoga težimo tome da naše okuse donesemo i potrošačima izvan naših postojećih tržišta te izvan postojećih, tradicionalnih kategorija. Cilj nam je da novi proizvodi, brendovi i selektivno odabrana tržišta postanu novi izvori kompanijskog rasta te temelji poslovanja u budućnosti.

#### **USKLAĐENOST KORPORATIVNE KULTURE I OPERACIJA**

Stari načini rada neće donijeti nove rezultate. Kako bismo ostvarili zacrtane ciljeve, važno je da budemo usklađeni te da dijelimo zajedničke vrijednosti, a sve to uz suvremena tehnološka rješenja koja će poduprijeti organizacijska nastojanja. Ključnu ulogu u ispunjenju ovog strateškog cilja imat će strategija ljudi i kultura koja u svom fokusu ima orijentiranost organizacije prema korisniku, građenje odnosa kroz razvoj autentičnih lidera te rast i dobrobit zaposlenika.



1991. Osnivanje društva Atlantic Trade d.o.o. i razvoj distribucije robe široke potrošnje

1991. Zasnivanje suradnje s kompanijom Wrigley i Mars

1992. Otvorenje Distribucijskog centra Split

1994. Otvorenje Distribucijskih centara Osijek i Rijeka

1996. Suradnja s kompanijom Gillette/Duracell

1997. Ulaganje u distribucijski sustav Ataco u Bosni i Hercegovini

1998. Uvođenje Montane, prvog hrvatskog sendviča s produljenom svježinom

1999. Zasnivanje suradnje s kompanijom Johnson & Johnson

2001. Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade d.o.o. Srbija

2001. Preuzimanje društva Cedevida d.o.o.

2001. Zasnivanje suradnje s kompanijom Ferrero

2002. Osnivanje društva Neva d.o.o.

2003. Preuzimanje društva Neva d.o.o.

2003. Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade Skopje d.o.o.

2004. Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade d.o.o. Ljubljana

2004. Preuzimanje brenda Melem

2005. Preuzimanje njemačkog proizvođača prehrane Haleko/Multipower

2006. Osnivanje predstavništva u Moskvi

2006. Preoblikovanje Atlantic Grupe u dioničko društvo

2007. Preuzimanje kompanije FidiFarm d.o.o.

2007. Preuzimanje kompanije Multivita d.o.o.

2007. Uvrštenje dionica društva Atlantic Grupa d.d.

2008. Preuzimanje lijekarni i formiranje lijekarničkog lanca Farmacia

2010. Preuzimanje kompanije Droga Kolinska d.d.

2010. Preuzimanje društva Kalničke Vode Bio Natura d.d.

2013. Zasnivanje suradnje s kompanijom Unilever

2015. Preuzimanje društva Foodland d.o.o. i izgradnja tvornice Atlantic Multipower Hrvatska

2016. Osnivanje distribucijskih kompanija u Austriji i Njemačkoj

2017. Sklopljeno strateško partnerstvo s Aminolabsom

2018. Delikatesni namaz Argeta broj 1. u Europi

2018. Atlantic Grupa d.d. prva kompanija uvrštena na Vodeće tržište Zagrebačke burze

2018. Prodaja društva Neva d.o.o.

2019. Prodaja brendova Multipower, Champ i Multaben iz portfelja Sportska i aktivna prehrana putem prodaje društva Tripoint GmbH

2019. Prodaja brendova Dietpharm putem prodaje društva FidiFarm d.o.o. i brenda Multivita, iz portfelja Pharma

2019. Dezinvesticija poslovanja distribucije bidona putem prodaje društva Bionatura Bidon Vode d.o.o.

2020. Sklopljeno strateško partnerstvo s mrežom Vivas kafića

2020. Ugovorena prodaja brenda Bebi

2020. Sklopljeno strateško partnerstvo s društvom Procaffe

## Društva u 8 zemalja



### DRUŠTVA + TVORNICE

—

Hrvatska  
Bosna i Hercegovina  
Makedonija  
Slovenija  
Srbija

HRVATSKA • BOSNA I HERCEGOVINA • MAKEDONIJA • SLOVENIJA • SRBIJA • AUSTRIJA • CRNA GORA • RUSIJA



### DRUŠTVA

—

Austrija  
Crna Gora  
Rusija



## Organizacijska struktura

Organizacija poslovanja Atlantic Grupe tijekom 2020. godine djelovala je u okviru dva osnovna segmenta:

- **Operativnog poslovanja i**
- **Korporativnih funkcija podrške.**

Operativno poslovanje Atlantic Grupe kroz 2020. godinu može se pratiti kroz poslovanje posebnih poslovnih područja organizacijski vezanih uz pojedinu vrstu proizvoda, odnosno, posebnih prodajnih područja unutar kojih se pokrivaju sva važna tržišta i strateški prodajni kanali.

Među strateškim prioritetima Atlantic Grupe za nadolazeće razdoblje, a svakako nakon normalizacije trenutne situacije, ističe se fokusirana internacionalizacija brendova Argeta i Donat, što se reflektira i na unutarnju organizaciju poslovanja koja se definira u skladu sa željom da se ovim brendovima omogući dodatan uzlet na međunarodnim tržištima, uz fokusiran pristup našim distribucijskim partnerima. Tako je s početkom 2020. godine brend Donat izdvojen iz dotadašnjeg Strateškog poslovnog područja Pića u novoosnovano Poslovno područje Donat fokusirano na specifičnu funkcionalnost kao i međunarodno širenje na nova tržišta i jačanje pozicije tog brenda. Istovremeno, reorganizirano je dotadašnje Globalno upravljanje mrežom distributera (GUMD) s ciljem standardizacije pristupa prema partnerskim distributerima te podijeljeno u dvije manje poslovne jedinice: distribucijsko područje Rusija te novi GUMD fokusiran na ona internacionalna tržišta na kojima Atlantic Grupa nema vlastitu distribuciju.

Slijedom navedenog, tijekom 2020. godine poslovanje Atlantic Grupe koje prati proizvodni asortiman kompanije organizirano je putem Strateških poslovnih područja Pića, Kava, Slatko i Slano, Delikatesni namazi i Pharma, te Poslovno područje Donat. Distribucijsko poslovanje kompanije od početka 2020. godine djeluje organizirano kroz šest distribucijskih područja i globalno upravljanje mrežom distributera. Tržišta na kojima Atlantic Grupa pruža kompletnu uslugu distribucije čine Strateška distribucijska područja Hrvatska, Srbija, Slovenija te Distribucijska područja Makedonija, Austrija i Rusija dok su tržišta kojima dominantno upravljamo putem distribucijskih partnera grupirana u jedno distribucijsko područje Globalnog upravljanja mrežom distributera.

Svako poslovno područje sadrži internu organizacijsku strukturu koja se, ovisno o djelatnosti i opsegu poslovanja, sastoji od organizacijskih cjelina: poslovnih jedinica, organizacijskih jedinica i odjela.

Korporativne funkcije podrške osiguravaju primjenu jedinstvenih korporativnih standarda te transparentnije i učinkovitije poslovanje na razini cijele kompanije. Korporativne funkcije podrške imaju centralnu organizaciju i, ovisno o funkcionalnom području koje pokrivaju, pružaju podršku ukupnom poslovanju i razvoju Atlantic Grupe.

Strateške korporativne funkcije podrške podijeljene su na:

- **Korporativne aktivnosti,**
- **Financije, nabavu i investicije,**
- **Korporativnu strategiju i razvoj i**
- **Transformaciju i informacijsku tehnologiju.**

Strateška korporativna funkcija podrške Korporativne aktivnosti obuhvaća Generalno tajništvo, odjel Ljudskih potencijala i kulture, odjel Korporativnih komunikacija, odjel Korporativnih pravnih poslova, upravljanja kvalitetom i upravljanja imovinom te odjel Korporativnih servisa.

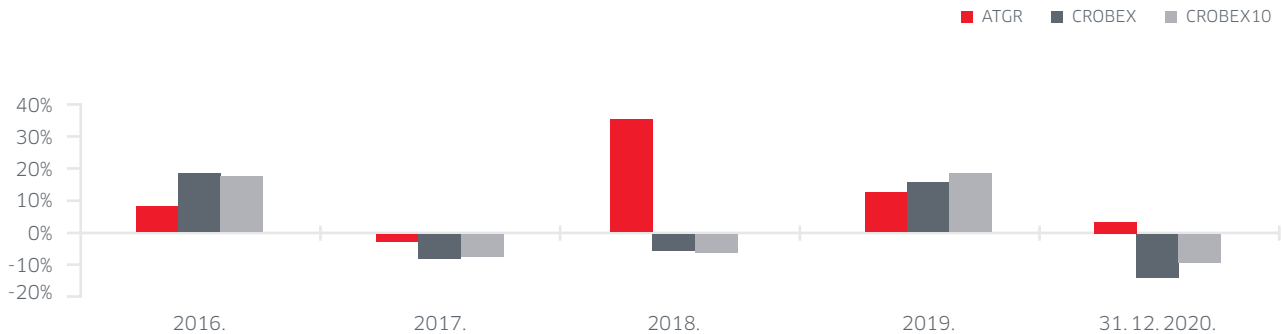
Strateška korporativna funkcija podrške Financije, nabava i investicije obuhvaća područja Korporativnog izvještavanja i konsolidacije, Centralne nabave, Investicija i izvrsnosti operativnog poslovanja, Centralnih financija i korporativnog kontrolinga, Korporativnih poreza, Korporativne riznice i Odnosa s investitorima.

Unutar organizacije djeluje i odjel Korporativne strategije i razvoja, te Odjel za transformaciju i informacijske tehnologije. Odjel Korporativne strategije i razvoja zadužen je za pružanje podrške Upravi Društva u segmentu određivanja strateških inicijativa, provođenju dugoročne razvojne strategije i korporativnog razvoja, s fokusom na spajanja, akvizicije i strateška partnerstva te novi rast kroz nove kategorije i proizvode. Odjel za transformaciju i informacijske tehnologije zadužen je za upravljanje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom potrebnom za održavanje i unapređenje poslovanja, razina usluga i konkurentnosti Atlantic Grupe.

Uz navedeno, organizacijska struktura Atlantic Grupe sadrži i funkciju Interne revizije koja djeluje kao neovisna funkcija koja za svoj rad odgovara Nadzornom odboru Društva.

## Ostvarenje na hrvatskom tržištu kapitala u 2020. godini

2020. godina započela je s dobrom trgovinskom statistikom. Međutim, pojava COVID-19 u veljači i proglašenje globalne pandemije rezultirali su velikom volatilnošću tržišta, izuzetno intenzivnim trgovanjem i velikom korekcijom indeksa. U drugoj polovici godine došlo je do stabilizacije tržišta, blagog oporavka vrijednosti indeksa i tržišne kapitalizacije. Unatoč boljoj situaciji u odnosu na prvu polovicu godine, indeksi su oslabili pri čemu je CROBEX10 ostvario pad od -9,3%, te CROBEX pad od -13,8%. Istovremeno, dionica Atlantic Grupe d.d. je zabilježila rast od +3,1%.



Među sastavnicama CROBEX10, Atlantic Grupa d.d. zauzima drugo mjesto s tržišnom kapitalizacijom od 4.468,0 milijuna kuna. U studenom 2020. godine dionica Atlantic Grupe d.d. je ostvarila povijesno najvišu razinu tržišne kapitalizacije uz cijenu dionice od 1.410 kuna od uvrštenja u studenom 2007. godine. Prema ukupnom prometu u 2020. godini, dionica Atlantic Grupe d.d. se nalazi na osmom mjestu u odnosu na sve dionice uvrštene na Zagrebačkoj burzi s 102,3 milijuna kuna ostvarenog prometa.

### KRETANJE PROSJEČNE CIJENE I VOLUMENA DIONICE ATLANTIC GRUPE U 2020. GODINI





## VLASNIČKA STRUKTURA NA DAN 31. PROSINCA 2020. GODINE



50,2 %

**EMIL TEDESCHI**

0,9 %

**MENADŽMENT**

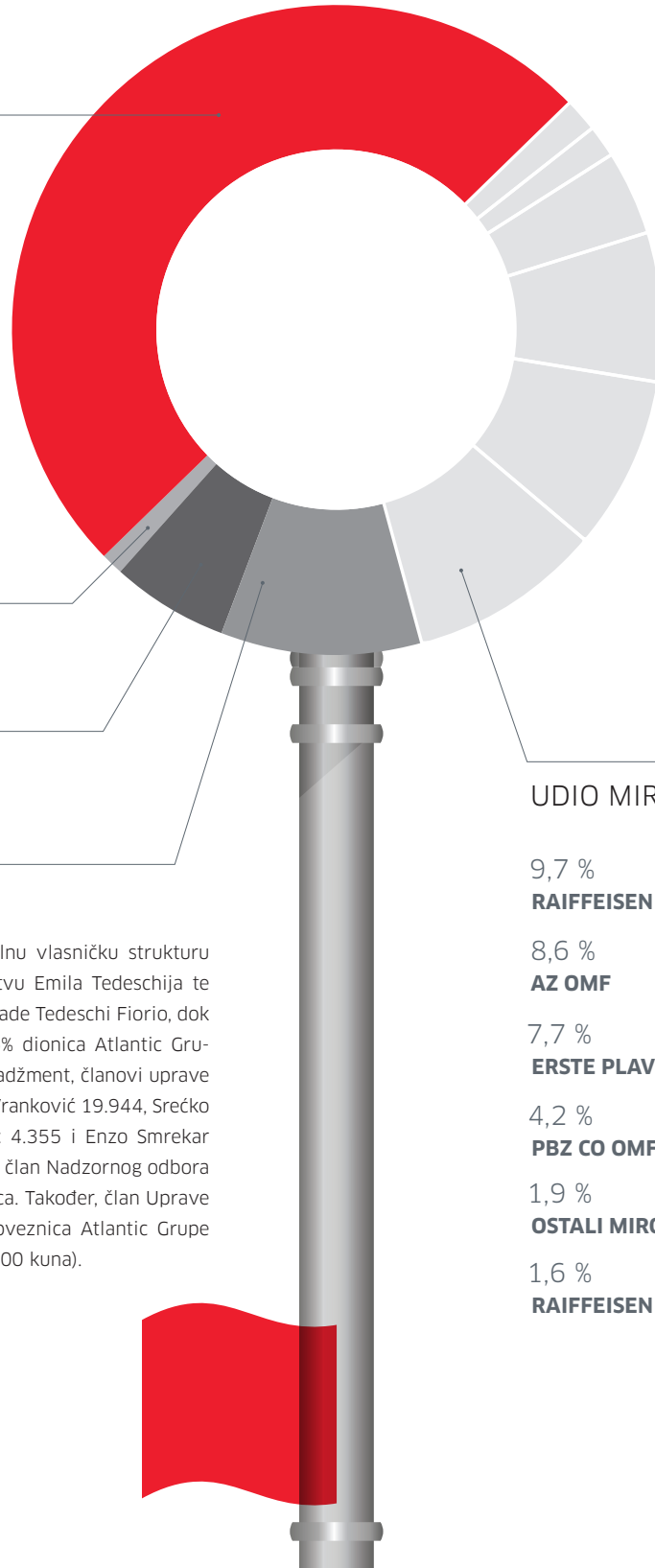
5,8 %

**LADA TEDESCHI FIORIO**

9,5 %

**OSTALI**

Atlantic Grupa d.d. ima stabilnu vlasničku strukturu s 50,2% kompanije u vlasništvu Emila Tedeschija te 5,8% kompanije u vlasništvu Lade Tedeschi Fiorio, dok mirovinski fondovi drže 33,6% dionica Atlantic Grupe d.d. Unutar kategorije Menadžment, članovi uprave imaju 31.189 dionica (Neven Vranković 19.944, Srećko Nakić 6.493, Zoran Stanković 4.355 i Enzo Smrekar 397). Unutar kategorije Ostali, član Nadzornog odbora Siniša Petrović ima 176 dionica. Također, član Uprave Neven Vranković ima 150 obveznica Atlantic Grupe d.d. (ukupne vrijednosti 150.000 kuna).



33,6 %

**UDIO MIROVINSKIH FONDOVA**

9,7 %

**RAIFFEISEN OMF**

8,6 %

**AZ OMF**

7,7 %

**ERSTE PLAVI OMF**

4,2 %

**PBZ CO OMF**

1,9 %

**OSTALI MIROVINSKI FONDOVI**

1,6 %

**RAIFFEISEN DMF**

## PREGLED 10 NAJVEĆIH DIONIČARA ATLANTIC GRUPE D.D. NA 31. PROSINCA 2020.



DIONIČAR	STANJE	% VLASNIŠTVA
EMIL TEDESCHI	1.673.819	50,2%
RAIFFEISEN OMF KATEGORIJE B	322.729	9,7%
AZ OMF KATEGORIJE B	286.946	8,6%
ERSTE PLAVI OMF KATEGORIJE B	256.019	7,7%
LADA TEDESCHI FIORIO	193.156	5,8%
PBZ CO OMF - KATEGORIJA B	139.359	4,2%
PBZ D.D./SKRBNIČKI ZBIRNI RAČUN KLIJENTA	69.782	2,1%
RAIFFEISEN DMF	52.077	1,6%
PBZ D.D./STATE STREET CLIENT ACCOUNT	24.944	0,7%
AZ PROFIT DMF	21.276	0,6%

Prema odluci Glavne skupštine održane 18. lipnja 2020. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 25,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 83,1 milijuna kuna, koja je provedena u srpnju 2020. godine.

U skladu s Odlukama o davanju ovlasti Upravi društva za stjecanje vlastitih dionica i Odlukama o isključenju prava prvenstva pri stjecanju novih dionica, usvojenima na Glavnoj skupštini Atlantic Grupe d.d. dana 27. lipnja 2019. godine, Društvo je tijekom 2020. godine steklo ukupno 9.899 vlastitih dionica (stjecanje 1.000 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 40.000,00 kn, koje predstavljaju 0,03% temeljnog kapitala Društva izvršeno je dana 9. ožujka 2020., stjecanje 1.340 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 53.600,00 kn, koje predstavljaju 0,04% temeljnog kapitala Društva izvršeno je dana 10. ožujka 2020., stjecanje 4.000 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 160.000,00 kn, koje predstavljaju 0,12% temeljnog kapitala Društva izvršeno je dana 11. ožujka 2020., stjecanje 587 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 23.480,00 kn, izvršeno je dana 18. ožujka 2020., stjecanje 147 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 5.880,00 kn, koje predstavljaju 0,004% temeljnog kapitala Društva, izvršeno je dana 19. ožujka 2020., stjecanje 22 vlastite dionice ukupnog nominalnog iznosa 880,00 kn, koje predstavljaju 0,0006% temeljnog kapitala Društva izvršeno je dana 23. ožujka 2020., stjecanje 1.000 vlastitih dionica, ukupnog nominalnog iznosa 40.000,00 kn, koje predstavljaju 0,03% temeljnog kapitala Društva izvršeno je dana 20. travnja 2020., stjecanje 1.803 vlastitih dionica, ukupnog nominalnog iznosa 72.120,00 kn, koje predstavljaju 0,05% temeljnog kapitala Društva izvršeno je dana 23. travnja 2020.).

Predmetna stjecanja izvršena su temeljem trgovine na Zagrebačkoj burzi, a informacije o stjecanju su objavljene u skladu sa zakonskim propisima te su dostupne na internet stranicama Atlantic Grupe ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)) i Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)).

Svrha navedenog stjecanja vlastitih dionica je realizacija nagrađivanja menadžmenta i zaposlenika u skladu s Opcijskim programom i politikom nagrađivanja društva Atlantic Grupa d.d. Nakon realizacije Programa dodjelom vlastitih dionica menadžmentu i zaposlenicima Društva, odnosno na dan 31. prosinca 2020., Društvo posjeduje 6.729 vlastitih dionica ukupnog nominalnog iznosa 269.160,00 kn koje predstavljaju 0,20% temeljnog kapitala Društva.

## OSTVARENJE NA OBVEZNIČKOM TRŽIŠTU



Atlantic Grupa je u prosincu 2020. uspješno izdala korporativne obveznice u iznosu od 300 milijuna kuna, denominirane u kunama, s fiksnom godišnjom kamatnom stopom od 0,875% uz polugodišnju isplatu kamata i dospijeće 11. prosinca 2025. godine. Obveznice su izdane na domaćem tržištu kapitala i uvrštene u prvu kotaciju Zagrebačke burze, čime je Atlantic Grupa nastavila s praksom kontinuiranog unapređenja vlastitih izvora financiranja, kao i s poticanjem razvoja domaćeg tržišta kapitala.



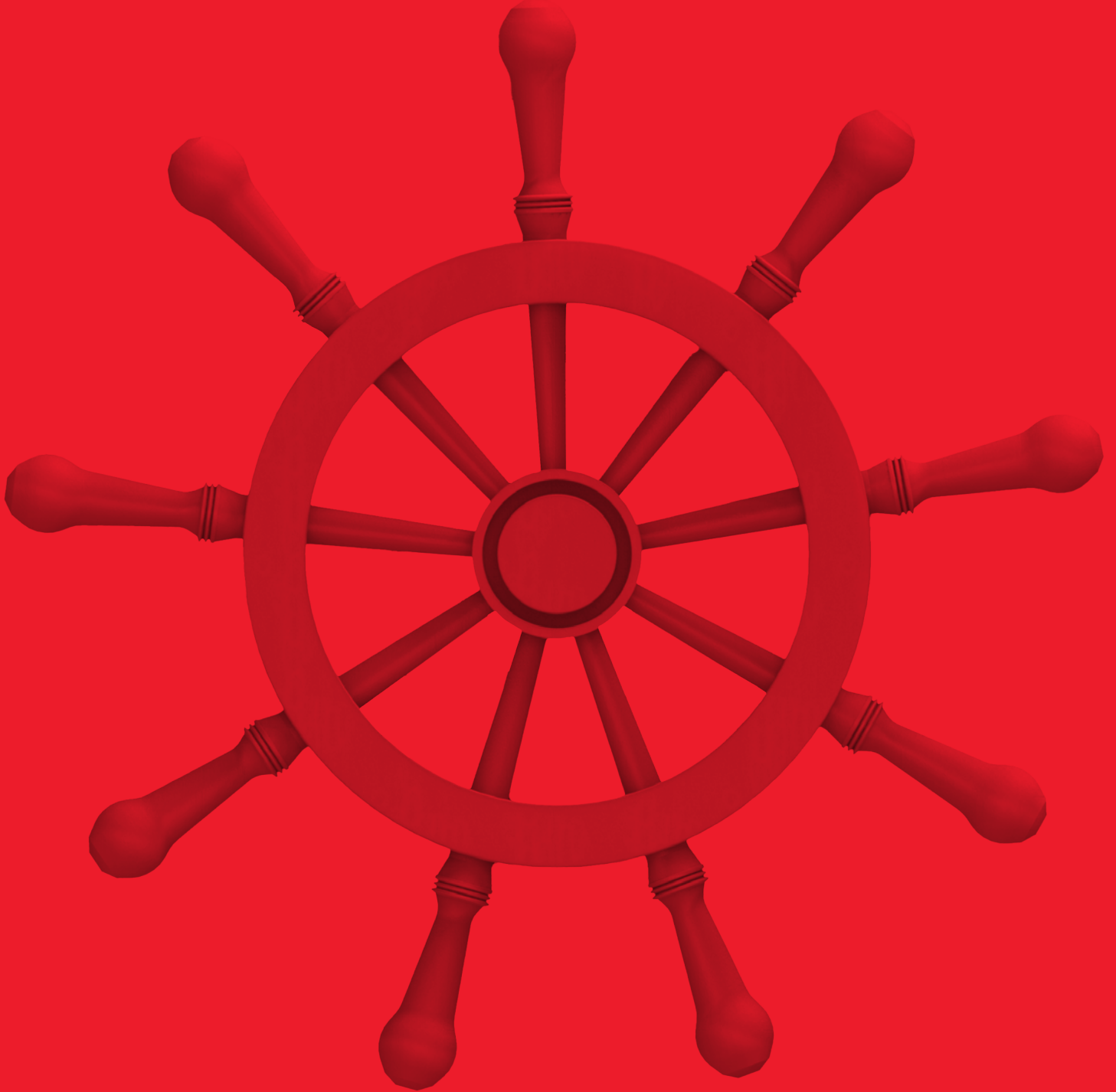
## ODNOSI S INVESTITORIMA U 2020. GODINI



Atlantic Grupa od izlaska na Burzu, svake godine je laureat jedne od nagrada za odnose s investitorima, a ove godine je dobitnica prve nagrade za odnose s investitorima koja se dodjeljuje jedanaestu godinu zaredom u suradnji Poslovnog dnevnika i Zagrebačke burze. Riječ je o nagradi koja odaje priznanje investicijske zajednice tvrtkama koje imaju fer i transparentne odnose prema investitorima. Također, PwC zajedno s predstavnicima Zagrebačke burze dodijelio nam je nagradu za vodeće društvo u otvorenosti komunikacije sa svojim dionicima (PwC nagrada za građenje povjerenja javnosti). Cilj nagrade je prepoznati i nagraditi društva koja su posebno uspješna u jasnoći i transparentnosti korporativnog izvješćivanja i time grade povjerenje u društvu.

U 2020. godini Atlantic Grupa je sudjelovala na raznim domaćim i inozemnim investitorskim webcast konferencijama te održala velik broj sastanaka s domaćim i inozemnim investitorima.







## Izjava potpredsjednika Uprave za korporativne aktivnosti



**ATLANTIC GRUPA** je uspješan poslovni sustav koji se jednako ponosi rezultatima iz poslovnih aktivnosti, kulturom koju gradimo te vrijednostima koje promoviramo među našim zaposlenicima i u zajednici u kojoj poslujemo. Jezgru naše korporativne kulture čini uvažavanje individualnih različitosti, prema kojima nastojimo krojiti kompanijske programe, te poticanje suradnje i sinergija između različitih segmenata poslovanja. Po definiranju strategije upravljanja ljudskim potencijalima i kulturom u prethodnoj godini (s fokusom na jednostavnost u dizajnu organizacije s korisnikom u središtu, odabir i promoviranje autentičnih lidera koji inzistiraju na osobnoj odgovornosti te individualno promatranje zaposlenika, kao pojedinaca kojima je potrebno pružiti prilike za rast i razvoj) nastavili smo kroz 2020. godinu analizirati na koji način sve centralne korporativne funkcije mogu biti još efikasnije usmjerene i na našu poslovnu strategiju i živjeti definiranu *people* strategiju.

Vrijednosti i kultura koju Atlantic Grupa njeguje odražavaju se i u Politici kvalitete, kojom se potvrđuje naša predanost načelima održivog razvoja, gospodarske učinkovitosti, ekološke i društvene odgovornosti. Budući da su visoki standardi kvalitete naša temeljna obaveza (glavnina proizvodnih

i logističkih lokacija certificirane su po globalnim standardima upravljanja sigurnosti, kvalitete, okoliša i energije), djelujemo stvarajući zajedničku vrijednost za zajednicu te pomažući u zaštiti okoliša za buduće generacije. Održivost razumijemo i nastojimo djelovati na takav način da je održivi razvoj zapravo proces stvaranja novih prilika i razvojnih mogućnosti za naše poslovanje, kao i za bolju budućnost novih generacija. S ciljem poboljšanja okolišnih, socijalnih i ekonomskih ciljeva, rizike i prilike održivosti prepoznajemo, pa tako i djelujemo, u više smjerova: na području razvoja novih proizvoda, tehnoloških procesa, razvoja zaposlenika, komunikacije s kupcima, potrošačima, odnosa sa investitorima, upravljanja nabavnog lanca. Rizike i prilike održivog razvoja ubrzano ugrađujemo i u strategije upravljanja robnim markama. Napori koje je Atlantic Grupa usmjeravala u smanjenje ekološkog otiska proteklih godina, već pokazuju značajne rezultate, a podatke redovito objavljujemo u godišnjem nefinancijskom izvještaju (AG GRI izvještaj). Uz to što sami sebi podižemo ljestvicu očekivanja, smatramo važnim naše partnere i potrošače također potaknuti na odgovorno ponašanje prema okolišu.

Na kraju valja istaknuti i to da je Atlantic Grupa kao dio šire zajednice svjesna važnosti i potrebe vlastitog utjecaja na unapređenje općih društvenih uvjeta, promocije pravih vrijednosti i potrebe da dio vlastitog profita uloži u zajednicu. Godinu 2020. pamtit ćemo po mnogim prilikama za implementaciju ovako definirane pozicije. Atlantic se ponovno pokazao kao kompanija na visini reputacije, istaknuvši se kao jedan od najznačajnijih korporativnih donatora u borbi protiv pandemije COVID-19 u regiji s ukupno izdvojenih 36,7 milijuna kuna za svrhe prevencije širenja epidemije, od čega 28 milijuna kuna za donacije središnjim nacionalnim tijelima za borbu protiv COVID-19, ali i brižan poslodavac koji pomaže u obnovi oštećenih domova svojih zagrebačkih zaposlenika, te značajan donator i logistički partner u pružanju

pomoći potresenima na području Banovine. S posebnom pažnjom pristupamo programima pomoći zaposlenicima, od pomoći u raznim izvanrednim situacijama kroz program Solidarnost, visokog stupnja sigurnosti na radnom mjestu, omogućavanja rada od kuće gdje god je to moguće, psihološke pomoći u situaciji dugotrajne pandemije, posebnih uvjeta rada i osobito potresa, do internih programa uključivanja u život kompanije i aktivnosti kojima pomažemo zajednici. Možemo reći da smo na puno načina godinu proveli zaista živeći sve naše vrijednosti – Strast, Rast te posebno Brigu i Otvorenost.





# Korporativno upravljanje Atlantic Grupe

## PRIMJENA NAČELA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA

S obzirom na činjenicu da su dionice Atlantic Grupe d.d. uvrštene na uređeno tržište Zagrebačke burze, Atlantic Grupa primjenjuje Kodeks korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga (HANFA), dostupnim na internetskim stranicama Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)) i Hanfe ([www.hanfa.hr](http://www.hanfa.hr)).

Sukladno pozitivnim zakonskim propisima Atlantic Grupa je za 2020. godinu izradila Izjavu o primjeni navedenog Kodeksa korporativnog upravljanja, kojom je potvrdila djelovanje i razvoj u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja u svim segmentima poslovanja. Izjava o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja objavljena je na internetskoj stranici Društva ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)) te na internetskim stranicama Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)) i HANFE ([www.hanfa.hr](http://www.hanfa.hr)), pri čemu su sljedeća pitanja korporativnog upravljanja drugačije definirana nego što to predviđa Kodeks korporativnog upravljanja Zagrebačke burze d.d. i HANFE:

>	Statut i/ili interni akti društva predviđaju prethodnu suglasnost nadzornog odbora za donošenje važnih odluka koje utječu na strategiju društva, rashode, izloženost riziku i ugled.	Ne	Nadležnost Nadzornog odbora određena je u okvirima važećeg ZTD-a.
>	Svaki odbor nadzornog odbora ima najmanje tri člana.	Djelomično	Odbor za reviziju ima tri člana, Odbor za imenovanje i nagrađivanje ima tri člana, dok se Odbor za korporativno upravljanje u 2020. godini sastojao od dva člana.
>	Politika primitaka uključuje odredbe koje pobliže utvrđuju okolnosti u kojima bi dio primitaka člana uprave bio zadržan ili bi se tražilo njihov povrat.	Ne	Politika primitaka ne predviđa takve odredbe.
>	Sve osobe navedene u članku 81. Kodeksa bile su prisutne na glavnoj skupštini u proteklih 12 mjeseci.	Djelomično	Tijekom 2020. ostvarena je maksimalna moguća prisutnost navedenih osoba.

Osim Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i HANFE, Atlantic Grupa primjenjuje i vlastiti Kodeks korporativnog upravljanja, unaprijedivši tako standarde transparentnosti poslovanja koji su posve u skladu s direktivama Europske unije. Kodeks definira procedure za rad nadzornih odbora, uprave i drugih organa i struktura nadležnih za odlučivanje, te osigurava izbjegavanje sukoba interesa, efikasan unutarnji nadzor te učinkovit sustav odgovornosti, a dostupan je na internetskim stranicama Atlantic Grupe ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)). Također, Atlantic Grupa je potpisnik Kodeksa etike u poslovanju, čiji je inicijator Hrvatska gospodarska komora. Navedenim Kodeksom utvrđene su smjernice etičkog ponašanja poslovnih subjekata u okviru hrvatskog gospodarstva. Takvim određivanjem etičkih kriterija pridonosi se transparentnijem i učinkovitijem poslovanju i kvalitetnijim vezama poslovnih subjekata u Hrvatskoj s poslovnom sredinom u kojoj djeluju. Pristupanjem Kodeksu etike potpisnice se obvezuju na poštovanje ljudskih prava, primjenu odredbi o sprečavanju korupcije, odgovorno i etično ponašanje prema drugim tvrtkama na tržištu i na razvoj kvalitetnih odnosa i lojalne konkurencije.

Također, svjesni smo važnosti te promičemo politiku raznolikosti i nediskriminacije na radnom mjestu i prilikom zapošljavanja. To nas je motiviralo da budemo potpisnici Povelje o raznolikosti (Diversity Charter) – inicijativi pokrenutoj u 16 zemalja Europske unije, koja je u Hrvatskoj razvijena u sklopu projekta Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR). Usvajanjem Povelje obvezali smo se i u skladu s tim promičemo politiku raznolikosti i nediskriminacije u radnoj sredini i poslovnom okruženju te redovno izvještavamo o svojim aktivnostima na tom području.

Atlantic Grupa se razvija i djeluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastoji svojom poslovnom strategijom, poslovnom politikom kao i ključnim internim aktima doprinijeti transparentnom i učinkovitom poslovanju te kvalitetnijim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djeluje prateći svjetske i europske trendove.

Opis glavnih elementa sustava unutarnje kontrole i upravljanja rizikom sastavni je i važan dio našeg poslovanja, a njihovi elementi, kako su navedeni u nastavku, kao i opis rada Glavne skupštine i način ostvarenja prava glasa u istoj, sastav i rad Uprave i Nadzornog odbora, kao i njihovih odbora, te podaci o imateljima dionica u Društvu, sastavni su dio ove Izjave o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja.

## ORGANIZACIJA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA U ATLANTIC GRUPI



Struktura korporativnog upravljanja Atlantic Grupe temelji se na dualističkom sustavu, koji se sastoji od **Nadzornog odbora** i **Uprave Društva**. Zajedno s **Glavnom Skupštinom**, u skladu sa Statutom i Zakonom o trgovačkim društvima, predstavljaju tri temeljna organa Društva.

### GLAVNA SKUPŠTINA



Glavna skupština je organ u kojem dioničari ostvaruju svoja prava u stvarima Društva. Način rada Glavne skupštine, njezina ovlaštenja, prava dioničara i način njihove realizacije propisane su Statutom Društva, koji je javno dostupan na internetskim stranicama Atlantic Grupe ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)).

U 2020. održana je jedna sjednica Glavne skupštine. Radi donošenja odluka o pitanjima određenima zakonom i Statutom Društva, dana 18. lipnja 2020. godine održana je redovita Glavna skupština društva Atlantic Grupa d.d. Na navedenoj Skupštini usvojene su odluke o davanju razrješnice članovima Uprave i Nadzornog odbora Društva, odluka o isplati dividende dioničarima Društva razmjerno broju dionica kojih su imatelji u iznosu od 25,00 kuna po dionici, Odluka o odobrenju Izvješća o primicima za 2019. godinu, Odluka o primicima članova Nadzornog odbora, Odluka o odobrenju Politike primitaka za članove Uprave, Odluka o izmjenama Statuta Atlantic Grupe d.d. te imenovanju revizora Društva za 2020. poslovnu godinu.

Sve odluke s održanih sjednica Glavne skupštine objavljene su u skladu sa zakonskim propisima te su dostupne na internetskim stranicama Atlantic Grupe ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)) i Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)).

## NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE

Atlantic Grupa d.d. ima Nadzorni odbor koji broji sedam članova. Nadzorni odbor je u 2020. održao četiri sjednice, u skladu s prethodno objavljenim Kalendarom održavanja istih, koji se nalazi na internetskim stranicama Društva ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)) i Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)). Postotak sudjelovanja članova sjednicama bio je 100,00%.

Sukladno OECD Principima korporativnog upravljanja kao i preporukama Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i HANFE iz 2020. Nadzorni odbor Atlantic Grupe sastavljen je većinom od nezavisnih članova koji nisu u poslovnim, obiteljskim i drugim vezama s društvom, većinskim dioničarom ili grupom većinskih dioničara ili članovima uprave ili nadzornog odbora društva ili većinskog dioničara. Članovi Nadzornog odbora Društva su:



### ZDENKO ADROVIĆ

PREDSJEDNIK

**ZDENKO ADROVIĆ**, jedan od vodećih stručnjaka u hrvatskoj financijskoj industriji, direktor je te jedan od osnivača Hrvatske udruge banaka. Od 1996. do 2014. godine obnašao je funkciju predsjednika Uprave Raiffeisenbank Austria d.d, koju je tijekom mandata razvio u jednu od vodećih financijskih institucija s nekoliko priznanja Hrvatske gospodarske komore za najuspješniju banku u Republici Hrvatskoj. Prethodno je bio izvršni potpredsjednik za riznicu i likvidnost Privredne banke Zagreb, gdje je radio i kao direktor sektora investicijskog bankarstva te zamjenik predsjednika Uprave. Od 2017. godine član je Odbora za financije i državni proračun Hrvatskog sabora, a od 2018. godine član je Vijeća za nacionalnu konkurentnost. Od 2008. do 2016. godine bio je član Izvršnog odbora Hrvatske udruge poslodavaca, dok je u periodu od 2004. do 2013. obnašao funkciju člana Upravnog odbora Hrvatske gospodarske komore. Pored navedenog, u periodu od 1999. do 2006. obnašao je funkciju člana Nadzornog odbora Plive d.d. Diplomirao je Ekonomiju na Fakultetu za vanjsku trgovinu Sveučilišta u Zagrebu, gdje je pohađao i poslijediplomski studij iz područja korporativnih financija, te se usavršavao na sveučilištima u SAD-u i Ujedinjenom Kraljevstvu.



### SINIŠA PETROVIĆ

ZAMJENIK PREDSJEDNIKA

**SINIŠA PETROVIĆ** profesor je na Katedri za trgovačko pravo i pravo društava na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. 1995. godine je bio poseban izaslanik delegacije Republike Hrvatske i član delegacije Republike Hrvatske na međunarodnoj mirovnoj konferenciji o Bosni i Hercegovini u Daytonu. Bio je potpredsjednik Savjeta za zaštitu tržišnog natjecanja te predstavnik Republike Hrvatske u Komisiji za arbitražu Međunarodne trgovačke komore. Autor je široke stručne literature te je sudjelovao u izradi hrvatskih propisa s područja trgovačkih društava, tržišnog natjecanja, prometa nekretnina, privatizacije, sporta i sprečavanja sukoba interesa u obnašanju javnih dužnosti. Bio je član Pregovaračke skupine za vođenje pregovora o pristupanju Hrvatske Europskoj Uniji. Diplomirao je, magistrirao i doktorirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.



### ANJA SVETINA NABERGOJ

ČLAN

**DR. ANJA SVETINA NABERGOJ** je predavač pri Hasso Plattner Institute of Design Sveučilišta u Stanfordu i izvanredni profesor pri Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Ljubljani. Diplomirala je, završila međunarodni Magistarski studij o poslovnom upravljanju (IMB) te doktorirala na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Ljubljani. Posljednjih 10 godina razvija pedagoški plan predavanja o inovativnim procesima i očuvanju kreativnog pristupa rukovodećeg kadra globalnih korporacija. Jedna je od osnivačica Tima za istraživanje i kreativnost pri Sveučilištu u Stanfordu, te je članica Savjetodavnog odbora Stanfordovog katalizatora za suradnička rješenja. Pridonijela je izradi brojnih publikacija u izdanju kuće Edward Elgar, Routledge i Cambridge University Press.



### LARS PETER ELAM HÅKANSSON

ČLAN

**LARS PETER ELAM HÅKANSSON**, kao Predsjednik Uprave te glavni upravitelj imovinom (Chief Investment Officer) vodi investicijske timove East Capitala zadužene za regije Istočna Europa i Azija. Peter je ustanovio investicijsku filozofiju i strategiju East Capitala kojim još uvijek upravlja. Od ranih je devedesetih godina radio na tržištima u nastajanju i razvoju te i danas nastavlja putovati i posjećivati kompanije širom svijeta. Pet puta je bio nagrađen za najboljeg fond menadžera od strane Morningstara te od strane najvećeg švedskog financijskog dnevnika Dagens Industri. On i investicijski timovi isto su tako primili brojne nagrade Lipper za uspješno poslovanje fondovima kojim upravlja East Capital. Ujedno je predsjednik Uprave švedske glazbene kuće slavni i član Uprave Bonnier Business Press-a. Prije osnivanja East Capitala bio je na vodećim pozicijama u kompaniji Enskilda Securities u Londonu, Parizu i Stockholmu – gdje mu je zadnja pozicija bila na čelu odjela za upravljanje kapitalom te odjela analiza na globalnoj razini. Peter je studirao na štokholmskoj školi ekonomije te na l'EDHEC u Lilleu. Tečno govori švedski, engleski i francuski jezik.



### ALEKSANDAR PEKEČ

ČLAN

**ALEKSANDAR PEKEČ** je redoviti profesor na Fuqua School of Business Sveučilišta Duke. Ekspert je iz područja menadžerskog odlučivanja u kompleksnim kompetitivnim okruženjima te autor radova u vodećim akademskim časopisima iz menadžerskih znanosti, kao i radova iz područja ekonomije, matematike i psihologije. Konzultantska iskustva Aleksandra Pekeča uključuju bankarsku, internet, farmaceutsku, prodajnu i telekomunikacijsku industriju. U periodu od 2010. do 2015. bio je član Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike. Doktorirao je na sveučilištu Rutgers, a diplomirao na Sveučilištu u Zagrebu.



## MONIKA ELISABETH SCHULZE

ČLAN

**MONIKA ELISABETH SCHULZE** voditeljica je Odjela upravljanja korisničkim odnosima i inovacijama u tvrtki Zurich Insurance te član njemačkog Izvršnog odbora tvrtke. Fokus joj je izgradnja jakih poduzeća u kontekstu masovne transformacije industrije i promjena koje donosi digitalna tehnologija. Prije nego što se pridružila Zurich IG osiguranju, vodila je vlastitu tvrtku za strateško poslovno savjetovanje. Na posljednja dva položaja u Unileveru bila je potpredsjednica za razvoj trgovačkih marki za Europu te poslovni direktor za sektor hrane, s odgovornošću za račun dobiti i gubitka u Mađarskoj. Magistrirala je poslovnu administraciju na Sveučilištu u Hamburgu. Monika je članica uprave u tvrtki Schloss Wachenheim, proizvođaču pjenušca u Trieru u Njemačkoj.



## FRANZ-JOSEF FLOSBACH

ČLAN

**FRANZ-JOSEF FLOSBACH** je diplomu industrijskog inženjera stekao 1973. na Tehničkom fakultetu u Darmstadtu. Većinu svog radnog vijeka, od 1975. godine, proveo u DEG-Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft mbH. DEG potiče privatna poduzeća u zemljama s tržištem u nastajanju i zemljama u razvoju, a od 2001. dio je njemačke razvojne banke KfW - Bankengruppe. G. Flosbach obnašao je više izvršnih funkcija - funkciju zaduženu za reviziju korporativnog upravljanja (koja uključuje odgovornost za ulaganja u Aziji, arapskim zemljama, jugoistočnoj Europi, Africi engleskog govornog područja), poslovno planiranje i kontroling (koja uključuje uspješnu implementaciju SAP sustava), razvoj poslovanja i upravljanje portfeljom za područje Podсахarske Afrike, te konzultantske poslove za „Deutsche Mittelstand“, programe Europske zajednice (ECIP, CDI, JOPP), agenciju za promicanje stranih ulaganja, te Pakt stabilnosti za jugoistočnu Europu. Nadalje, bio je odgovoran za razvoj poslovanja DEG-a u istočnoj i jugoistočnoj Europi, Kavkazu, Središnjoj Aziji, Turskoj i Bliskom istoku, što obuhvaća oko 30 zemalja, ulaganja od 1,5 milijarde eura, portfelj od oko 110 kompanija, 200 - 500 milijuna novih obveza godišnje. Prije karijere u DEG-u, Franz Josef Flosbach radio je kao stariji savjetnik u kompaniji Treuhand- Vereinigung AG / Coopers & Lybrand GmbH, današnjem PricewaterhouseCoopersu (PwC), s posebnim fokusom na aktivnosti spajanja i preuzimanja. G. Flosbach posjeduje specifično znanje u sljedećim područjima: financiranje - financiranje projekata, pružanje dugoročnih zajmova, vlasnički kapital; spajanja i preuzimanja; restrukturiranje i privatizacija; savjetodavne usluge; upravljanje rizicima; korporativno upravljanje. Jednako tako, posjeduje iznimni „know-how“ u pogledu tržišta i sektora. Trenutno obavlja dužnost člana u tri nadzorna odbora, dvije komisije za reviziju (u funkciji predsjednika) i jednom odboru za rizike (u funkciji predsjednika) renomiranih kompanija u regiji, od čega su dvije od tih kompanija banke. G. Flosbach je član „Südosteuropa Gesellschaft“ iz Münchena od 1999.



Članovi Nadzornog odbora Društva nagrađeni su za svoj rad te imaju pravo na nagradu koja je primjerena vremenu njihova angažmana, poslovima koje obavljaju te stanju i poslovanju društva. Slijedom navedenog, u 2020. godini članovima Nadzornog odbora isplaćene su naknade u sljedećim bruto iznosima: g. Zdenku Adroviću ukupno bruto 348.724,99 kuna; g. Siniši Petroviću ukupno bruto 242.630,69 kuna; gđi. Anji Svetini Nabergoj ukupno bruto 180.000,00 kuna, gđi. Moniki Schulze ukupno bruto 180.000,00 kuna, g. Franzu Jozefu Flosbachu ukupno bruto 153.513,25 kuna; g. Aleksandru Pekeču ukupno bruto 164.430,21 kuna, te g. Larsu Peteru Håkanssonu ukupno 180.000,00 kuna.

Temeljem svoje stručne izobrazbe i dugogodišnjeg predavačkog iskustva iz područja razvoja design thinkinga i inovativnih procesa na sveučilištima u Standfordu, SAD te Ljubljani, Slovenija, članica Nadzornog odbora Anja Svetina Nabergoj tijekom 2020. sklopila je tri ugovora o pružanju edukativnih usluga s naglaskom na njihovu praktičnu primjenu. U skladu sa Zakonom o trgovačkim društvima, Nadzorni odbor je ispitao navedene angažmane te ih nakon pažljivog pregleda jednoglasno odobrio. Radi se o Ugovoru sklopljenom 09.03.2020. u svrhu pružanja edukacije iz područja terenskog istraživanja iskustva i navika potrošača u svrhu razvoja novih proizvoda, Ugovoru sklopljenom 20.05.2020. u svrhu pružanja edukacije iz područja razvoja inovacija te Ugovoru sklopljenom 28.07.2020. u svrhu organizacije praktične nastave iz područja razvoja proizvoda prilagođenih potrebama korisnika. U 2020. godini temeljem sklopljenih ugovora navedene namjene, članica Nadzornog odbora Anja Svetina Nabergoj zaprimila je ukupan iznos od 142.613,15 kuna.

## KOMISIJE NADZORNOG ODBORA

U sklopu Nadzornog odbora djeluju tri Komisije koje svojim radom potpomažu rad i djelovanje Nadzornog Odbora: Komisija za reviziju, Komisija za imenovanje i nagrađivanje te Komisija za korporativno upravljanje. Svaka Komisija previda tri člana, od kojih se dva imenuju iz reda članova Nadzornog odbora, dok se jedan član imenuje iz reda vrsnih stručnjaka za predmetno područje.

**KOMISIJA ZA KORPORATIVNO UPRAVLJANJE** definira sustav mehanizama za osiguravanje ravnoteže između prava dioničara i potreba menadžmenta za usmjeravanje poslova Društva i upravljanja tim poslovima. Daje okvir za postavljanje ciljeva Društva i određivanje sredstava za postizanje tih ciljeva te praćenje izvedbe i djelotvornosti istih. Komisiji predsjedava Siniša Petrović, dok je iz redova vanjskih stručnjaka imenovana Nina Tepeš. Komisija je tijekom 2020. godine održala pet sjednica, pri čemu je postotak sudjelovanja njezinih članova bio 100%.

**KOMISIJA ZA IMENOVANJE I NAGRAĐIVANJE** predlaže kandidate za članstvo u Upravi, Nadzornom odboru i rukovodeći kadar kompanije te predlaže sadržaj ugovora s članovima Uprave, strukturu njihova nagrađivanja i nagrađivanja članova Nadzornog odbora. Komisiji predsjedava Aleksandar Pekeč, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Lars Peter Elam Håkansson, dok je iz reda vanjskih stručnjaka imenovan Zoran Sušan. Komisija je tijekom 2020. godine održala dvije sjednice, pri čemu je postotak sudjelovanja njezinih članova bio 100%.

**KOMISIJA ZA REVIZIJU** detaljno analizira financijske izvještaje, pruža podršku računovodstvu Društva te uspostavlja dobre i kvalitetne interne kontrole u Društvu. Prati integritet financijskih informacija, a osobito ispravnost i konzistentnost računovodstvenih metoda koje koristi Društvo i Grupa kojoj pripada, uključivši i kriterije za konsolidaciju financijskih izvješća društava koja pripadaju Grupi. Također, zadaća Komisije je praćenje kvalitete unutarnjeg sustava kontrole i upravljanja rizicima, s ciljem da se glavni rizici kojima je društvo izloženo na odgovarajući način identificiraju i javno objave te da se nji-

ma na odgovarajući način upravlja. Komisiji predsjedava Franz-Josef Flosbach, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Zdenko Adrović, dok je iz reda vanjskih stručnjaka imenovan Marko Lesić. Komisija je tijekom 2020. godine održala dvije sjednice, pri čemu je postotak sudjelovanja njezinih članova bio 83,33%.

Članovi predmetnih Komisija, koji nisu ujedno i članovi Nadzornog odbora, za svoj rad i doprinos funkcioniranju Nadzornog odbora Atlantic Grupe ostvarili su pravo na naknadu. U 2020. na ime naknade je isplaćeno gđi. Nini Tepeš ukupno bruto 35.739,12 kuna, g. Marku Lesiću ukupno bruto 6.200,40 kuna, a g. Zoranu Sušnju ukupno bruto 11.695,92 kuna.

A



**ZDENKO ADROVIĆ**

PREDSJEDNIK NADZORNOG  
ODBORA

## Izvešće Nadzornog odbora **o korporativnom upravljanju**

Tijekom 2020. godine Nadzorni odbor je obavio nadzor nad djelovanjem društva u skladu s donesenim odlukama Glavne skupštine Društva, te je utvrdio kako je Društvo u potpunosti djelovalo u skladu s odlukama Glavne skupštine.

Uprava i Nadzorni odbor usko surađuju za dobrobit Društva, putem redovnog kontakta. Uprava je uredno obavještavala Nadzorni odbor o svim važnijim poslovnim događajima, tijeku poslovanja, prihodima i rashodima te općem stanju Društva. Uprava je redovito Nadzornom odboru podnosila tromjesečna, polugodišnja i godišnja pisana izvješća o poslovanju na koja Nadzorni odbor nije imao primjedbi i koja su jednoglasno usvojena. Osim toga, Uprava potpuno i redovito obavještava Nadzorni odbor o korporativnoj strategiji, planiranju, poslovnim događajima, upravljanju rizikom, usklađenosti, svim odstupanjima poslovnih događaja od izvornih planova, kao i o značajnim poslovnim transakcijama koje uključuju Društvo i njegova povezana društva. Uprava redovito Nadzornom odboru podnosi izvješća propisana zakonom, a između sjednica Uprava uredno obavještava Nadzorni odbor o važnim događajima koji se odnose na poslovanje Društva.

Nadzorni odbor proveo je samoocjenjivanje profila i kompetencija članova Nadzornog odbora i članova njegovih Komisija. Samoocjenjivanje je proveo Predsjednik Nadzornog odbora bez angažiranja vanjskog revizora. Kad je riječ o njegovu sastavu, Nadzorni odbor je sam sebi postavio sljedeće ciljeve pri izdavanju preporuka za buduća imenovanja u Nadzorni odbor: Nadzorni odbor djeluje u optimalnom broju od 7 članova na način da njegovi članovi, kao skupina, posjeduju znanje, sposobnost i stručno iskustvo potrebno za pravilno obavljanje svojih zadataka, pritom uzimajući u obzir i aspekt raznolikosti podržavanjem odgovarajuće razine zastupljenosti žena. S obzirom da je strategija Društva usmjerena na internacionalizaciju, za Društvo su od vrijednosti kandidati s međunarodnim iskustvom. Prilikom razmatranja imenovanja u Nadzorni odbor polaže se pažnja na izbjegavanje sukoba interesa.

Nadzorni odbor je utvrdio da Nadzorni odbor i njegove Komisije dobro funkcioniraju, imaju uravnotežen sastav i potrebnu stručnost koja je usklađena sa zahtjevima poslovanja Društva. Ocjenjivanje članova Nadzornog odbora i njegovih Komisija potvrdilo je da svaki pojedinac daje učinkovit doprinos, pri čemu pokazuje predanost svojoj ulozi i posvećuje vrijeme obavljanju te dužnosti.

Administrativnu podršku pri pripremi sjednica Nadzornog odbora osigurava Tajnik Društva na učinkovit i pravodoban način.

U 2020. Nadzorni odbor je postavio ciljni postotak ženskih članova Nadzornog odbora i Uprave od minimalno 25% od ukupnog broja članova svakog navedenog tijela. Ciljni postotak je postavljen za sljedećih pet godina. Ovdje valja napomenuti da je navedeni cilj postignut u Nadzornom odboru Društva, obzirom da postotak ženskih članova Nadzornog odbora u njegovom ukupnom sastavu iznosi 29%, dok u Upravi, koja broji jednog ženskog člana, postotak ženskih članova iznosi 17%. Atlantic Grupa veliku pažnju posvećuje aspektu raznolikosti unutar kompanije, te je u tom duhu, tijekom 2020. godine, nekoliko žena imenovano na pozicije visokog menadžmenta, a u prilog tome ukazuje i činjenica da žene čine 53,63% ukupnog broja menadžerskih pozicija u kompaniji.



## Uprava Atlantic grupe

ATLANTIC  
GRUPE

Uprava Atlantic Grupe broji šest članova, koje čine Predsjednik, Potpredsjednik Grupe za Korporativne aktivnosti, Potpredsjednik Grupe za Financije, nabavu i investicije, Potpredsjednica Grupe za Korporativnu strategiju i razvoj, Potpredsjednik Grupe za Distribuciju te Potpredsjednik Grupe za delikatesne namaze, Donat i internacionalizaciju.

Uprava Atlantic Grupe djeluje u sljedećem sastavu:



### EMIL TEDESCHI

PREDSJEDNIK UPRAVE

**EMIL TEDESCHI** je osnivač i većinski vlasnik Atlantic Grupe. Dobitnik je brojnih priznanja struke i medija, a 2010. godine dobitnik je odlikovanja Predsjednika Republike Hrvatske za posebne zasluge u gospodarstvu. Sudjelovanjem u radu Nacionalnog parlamentarnog odbora za praćenje pregovora bio je aktivno uključen u proces približavanja Hrvatske Europskoj uniji. Bio je član Gospodarsko-socijalnog vijeća, od 2005. do 2007. godine izvršavao je dužnost Predsjednika Hrvatske udruge poslodavaca, a od 2010. do 2015. bio je član je Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike Hrvatske. Počasni je konzul Irske u Republici Hrvatskoj, član Trilateralne komisije, Vijeća dekana na Harvard Kennedy School of Governance, INSEAD Alumni udruženja, Programskog vijeća Zagrebačke škole ekonomije i menadžmenta, Poslovnog savjeta Ekonomskog fakulteta u Ljubljani, Savjeta Sveučilišta u Rijeci i Vijeća povjerenika Moskovskog državnog instituta za međunarodne odnose.



### LADA TEDESCHI FIORIO

POTPREDSJEDNICA GRUPE ZA  
KORPORATIVNU STRATEGIJU I RAZVOJ

**LADA TEDESCHI FIORIO** upravlja procesima i timovima koji se bave strategijom Atlantic Grupe te rastom kroz M&A aktivnosti i kroz razvoj novih područja ili proizvoda s potencijalom za kompanijski rast. Prije imenovanja u Upravu Atlantica 2019. godine obnašala je funkciju Zamjenice predsjednika Nadzornog odbora Atlantic Grupe. Karijeru u Atlantici započinje 1997. godine na mjestu zamjenice direktora Financija. Kao potpredsjednica za poslovni razvoj imala je važnu ulogu u postupku inicijalne javne ponude 2007. godine te u pregovorima tijekom različitih Atlanticovih kupoprodajnih procesa sve do danas. Dobitnica je priznanja za najutjecajniju ženu hrvatskog biznisa 2019. godine po ocjeni stručnog žirija poslovnog tjednika Lider. Prije karijere u Atlantici Lada je poslovna iskustva stjecala je u multinacionalnim kompanijama Wrigley u Njemačkoj i Mars Masterfood u Ujedinjenom Kraljevstvu, Nizozemskoj, Poljskoj i UAE. Diplomirala je ekonomiju na Università commerciale L. Bocconi u Milanu, a usavršavala se na London Business School.



## ZORAN STANKOVIĆ

POTPREDSJEDNIK GRUPE ZA FINACIJE,  
NABAVU I INVESTICIJE

**ZORAN STANKOVIĆ** se Atlantic Grupi pridružuje u veljači 2007. godine na mjestu Potpredsjednika za Financije. Prethodno je tri godine proveo u Plivi na mjestu Direktora kontrolinga Grupe zaduženog za koordinaciju i nadzor financijskog poslovanja Plivine mreže kompanija u zemlji i inozemstvu. Prije dolaska u Plivu od 1995. do 2003. godine je radio u Arthur Andersenu i Ernst & Youngu kao stariji menadžer za reviziju zadužen za velike klijente. Član je međunarodnog udruženja The Association of Chartered Certified Accountants. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

## NEVEN VRANKOVIĆ

POTPREDSJEDNIK GRUPE  
ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI

**NEVEN VRANKOVIĆ** se Atlantic Grupi pridružio 1998. godine na mjestu izvršnog direktora za korporativne aktivnosti. Od 2001. godine preuzima nadležnost za aktivnosti Atlantic Grupe u području spajanja i preuzimanja, a 2002. godine je imenovan Potpredsjednikom za Korporativne aktivnosti. Poslovna iskustva stjecao je radeći u pravnom odjelu Bergen Banke u Norveškoj te kao karijerni diplomat u hrvatskim veleposlanstvima u Washingtonu i Beogradu. Bio je član Radne skupine za pripremu pregovora o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji za poglavlje 6. – Pravo trgovačkih društava. Diplomirao je na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, a magistrirao na Washington College of Law u SAD-u. Dodatna stručna znanja iz područja spajanja i preuzimanja stjecao je na poslovnoj školi INSEAD u Francuskoj.





## SREĆKO NAKIĆ

POTPREDSJEDNIK GRUPE  
ZA DISTRIBUCIJU

**SREĆKO NAKIĆ** svoju je karijeru u Atlanticu započeo 1994. u području prodaje, a u raznim ulogama unutar distribucije razvijao je prepoznatljivu izvrsnost Atlanticove distribucije i ostvario dugoročne suradnje sa snažnim međunarodnim principalima kao što su Beiersdorf, Duracell, Ferrero, HIPP, Johnson & Johnson, Mars, Rauch, Red Bull, Unilever i drugi. Značajno je doprinio Cedevitinom istupu u Horeca kanal i OTG segment, a od 2010. do 2014. je dao vrijedan doprinos u integraciji Droge Kolinske u Atlantic. Kao potpredsjednik uprave za Distribuciju vodi distribucijsko poslovanje na svim tržištima s fokusom na ekspanziju i ukupan rast. Svoj profesionalni rast nadopunio je edukacijskim programima i institucijama poput IEDC škole menadžmenta.

## ENZO SMREKAR

POTPREDSJEDNIK GRUPE ZA DELIKATESNE  
NAMAZE, DONAT I INTERNACIONALIZACIJU

**ENZO SMREKAR** pridružio se Atlantic Grupi s akvizicijom Droge Kolinske 2010. gdje je dotad obnašao funkciju operativnog direktora. Prethodno tome, tijekom 18 godina je radio u vodećim međunarodnim kompanijama kao što su Philip Morris, Diageo i LVMH. Od 2010. imao je ključnu ulogu u uspješnoj integraciji Droge Kolinske u Atlantic Grupu, kao član Uprave Droge Kolinske i glavni direktor SPP-a Delikatesni namazi. Završio je MBA na IEDC Bledu, stekao Coaching and Mentoring certifikat na Oxford Brooks Sveučilištu, član je Nadzornih odbora u nekoliko kompanija, Predsjednik je slovenskog skijaškog saveza, Dopredsjednik AmCham-a Slovenije te slovenskog udruženja oglašivača te Potpredsjednik slovenskog Olimpijskog odbora.





## POLITIKA NAGRAĐIVANJA ČLANOVA UPRAVE

Ugovorom o obavljanju poslova člana Uprave, odnosno ugovorom o radu za članove Uprave koji su u radnom odnosu u Atlantic Grupi definirana su prava i obaveze članova Uprave po osnovi obnašanja funkcije člana Uprave, i to:

- **mjesečna plaća** članova Uprave, utvrđena u bruto iznosu,
- **godišnji dodatak** (bonus naknada) za godine važenja ugovora, utvrđen u određenom postotku od ostvarene osnovne godišnje bruto plaće, a pod uvjetom ostvarenja najmanje 90% plana konsolidiranog EBITDA AG za poslovnu godinu. Iznos godišnjeg dodatka na plaću (bonusa) određuje se sukladno ostvarenju poslovnog cilja, koji se sastoji od ocjene ispunjenja profitnog cilja i direktne prodaje vanjskim kupcima (trećoj strani) konsolidirano AG, te ostvarenju kvalitativnog (nefinancijskog) cilja koji se sastoji od ocjene ispunjenja cilja u pogledu omjera zadržavanja ključnih zaposlenika. Godišnji dodatak u ovom smislu članu Uprave pripada 75% ostvarenog godišnjeg dodatka koji se isplaćuje po isteku 30 dana od datuma donošenja godišnjih financijskih rezultata od strane Nadzornog odbora, dok iznos od 25% ostvarenog godišnjeg dodatka spada u takozvanu odgođenu isplatu – pri čemu član Uprave stječe pravo na isplatu uz razdoblje zadržavanja (vesting period) do isteka mjeseca travnja četvrtre godine, pod uvjetom da je on/ona još uvijek zaposlen/a u Društvu ili njegovu povezanom društvu na dan 1. travnja predmetne godine,
- **polica životnog osiguranja** koju za članove Uprave ugovara Atlantic Grupa kod respektabilnih osiguravajućih društava s godišnjom premijom do 8.250 kuna,
- **polica osiguranja** osoba od posljedica nesretnog slučaja (nezgode) s godišnjom premijom od 8.300 kuna,
- **dobrovoljno zdravstveno osiguranje** u čiji su sustav uključeni članovi Uprave, čime im Atlantic Grupa, kao ugovaratelj osiguranja, uz godišnju premiju do 7.500 kuna po osobi, omogućava kvalitetan zdravstveni tretman kroz godišnji sveobuhvatni sistematski pregled, sve potrebne specijalističke i medicinske pretrage uz primjenu suvremenih i najučinkovitijih medicinskih aparata i opreme, u specijaliziranim poliklinikama kod vrhunskih zdravstvenih stručnjaka,
- **pravo na korištenje službenog automobila**, pravo na naknadu svih troškova koje član Uprave ima u obavljanju svoje funkcije.

Svi članovi Uprave imaju menadžerske ugovore koji obuhvaćaju čitav niz obvezujućih odredbi, ali i onih stimulativnih kako slijedi:

- **poslovna tajna** – članovi Uprave su obvezani na zaštitu poslovne tajne društva za vrijeme i nakon prestanka radnog odnosa, bez obzira na razloge prestanka radnog odnosa. Obveza čuvanja poslovne tajne uključuje i poslovne tajne povezanih društava Atlantic Grupe d.d.,
- **zabrana natjecanja** – obvezuje člana Uprave u periodu godine dana od dana isplate otpremnine,
- **ugovorna kazna** – u slučaju kršenja zabrane natjecanja, član Uprave je u obvezi platiti ugovornu kaznu u iznosu dvanaest prosječnih mjesečnih neto plaća isplaćenih članu Uprave u tri mjeseca prije prestanka ugovora,
- **zabrana sudjelovanja člana Uprave u vlasničkoj i/ili upravljačkoj strukturi**, bilo direktno ili indirektno, u bilo kojem društvu koje je u tržišnoj utakmici s Atlantic Grupom i povezanim društvima, odnosno u društvu s kojim Atlantic Grupa i povezana društva ostvaruju poslovnu suradnju, kao i da u takvim društvima djeluje kao savjetnik ili konzultant, bez obzira da li je za isto plaćen ili ne,
- **ostale aktivnosti**, osim onih koje obavlja za povezana društva Atlantic Grupe, bez obzira da li za te aktivnosti prima naknadu ili ne, uključivo i članstvo u nadzornim odborima, savjetodavnim tijelima i sl., član Uprave može obavljati isključivo temeljem prethodnog odobrenja Uprave društva Atlantic Grupa,
- **radni odnos, trajanje ugovora i otkazni rokovi** – članovi Uprave zasnivaju radni odnos na neodređeno vrijeme u Atlantic Grupi ili u njezinim povezanim društvima, a ugovor za obavljanje funkcije člana Uprave zaključuje se na period od 3 godine, s mogućnošću otkaza u skladu sa zakonom predviđenim rokovima,
- **otpremnina** – ugovorena otpremnina u iznosu dvanaest (12) prosječnih mjesečnih bruto plaća člana Uprave isplaćenih članu Uprave u tri mjeseca prije prestanka ugovora. Obveza isplate otpremnine nastaje u slučaju otkazivanja ugovora za vrijeme njegova važenja od strane Atlantic Grupe, osim ako se ugovor ne otkazuje iz razloga uvjetovanih skrivljenim ponašanjem člana Uprave.

Predsjedniku Uprave Atlantic Grupe d.d., **Emilu Tedeschiju** isplaćena je u 2020. godini ukupna naknada u bruto iznosu od 4.637.768,91 kuna, od čega iznos od 2.746.200,01 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.544.738,00 kuna predstavlja varijabilni dio plaće, dok iznos od 346.830,70 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 59,21%, varijabilni dio plaće predstavlja 33,31% a ostali primici u naravi predstavljaju 7,48% od ukupnog primitka.



**Nevenu Vrankoviću**, Potpredsjedniku Grupe za korporativne aktivnosti, isplaćena je u 2020. ukupna naknada u bruto iznosu od 2.958.460,57 kuna, od čega iznos od 1.785.000,00 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.091.406,25 kuna predstavlja varijabilni dio plaće (isplata u dionicama Društva), dok iznos od 82.054,32 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 60,34%, varijabilni dio plaće predstavlja 36,89% a ostali primici u naravi predstavljaju 2,77% od ukupnog primitka.

**Zoranu Stankoviću**, Potpredsjedniku Grupe za financije, nabavu i investicije isplaćena je u 2020. godini ukupna naknada u bruto iznosu od 2.848.037,53 kuna, od čega iznos od 1.731.000,02 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 1.057.742,75 kuna predstavlja varijabilni dio plaće (isplata u dionicama Društva), dok iznos od 59.294,76 kune predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 60,78%, varijabilni dio plaće 37,14% a ostali primici u naravi predstavljaju 2,08% od ukupnog primitka.

**Ladi Tedeschi Fiorio**, Potpredsjednici Grupe za Korporativnu strategiju i razvoj, isplaćena je u 2020. ukupna naknada u bruto iznosu od 2.671.123,98 kuna, od čega iznos od 1.680.000,01 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 907.875,00 kuna predstavlja varijabilni dio plaće, dok iznos od 83.248,97 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 62,89%, varijabilni dio plaće 33,99%, a ostali primici u naravi predstavljaju 3,12% od ukupnog primitka.

**Srećku Nakiću**, Potpredsjedniku Grupe za distribuciju, isplaćena je u 2020. ukupna naknada u bruto iznosu od 2.649.723,07 kuna, od čega iznos od 1.679.999,99 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 919.171,27 kuna predstavlja varijabilni dio plaće (isplata u dionicama Društva), dok iznos od 50.551,81 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 63,40%, varijabilni dio plaće 34,69%, a ostali primici u naravi predstavljaju 1,91% od ukupnog primitka.

**Enzu Smrekaru**, Potpredsjedniku Grupe za Delikatesne namaze, Donat i internacionalizaciju, isplaćena je u 2020. ukupna naknada u bruto iznosu od 2.028.550,02 kuna, od čega iznos od 1.301.684,00 kuna predstavlja fiksni dio plaće, iznos od 563.990,77 kuna predstavlja varijabilni dio plaće koja uključuje naknadu za članstvo u Upravi (499.644,74 kuna odnosi se na isplatu u dionicama, dok se ostatak odnosi na isplatu od 64.346,03 kuna), a iznos od 162.875,24 kuna predstavlja ostale primitke u naravi. Fiksni dio plaće predstavlja 64,17%, varijabilni dio plaće predstavlja 27,80% a ostali primici u naravi predstavljaju 8,03% od ukupnog primitka.





## STRATEŠKO POSLOVNO VIJEĆE



Strateško poslovno vijeće, od njegova osnivanja početkom 2012. godine, djeluje kao multifunkcionalno tijelo koje raspravlja o vitalnim strateškim i operativnim korporativnim pitanjima, analizi poslovanja, definiranju prioriteta, nadzoru strateških planova, te koordinaciji između organizacijskih cjelina i donošenju ključnih odluka. Članove Vijeća čine: Predsjednik Uprave, Potpredsjednik Grupe za Korporativne aktivnosti, Potpredsjednik Grupe za Financije, nabavu i investicije, Potpredsjednica Grupe za Korporativnu strategiju i razvoj, Potpredsjednik Grupe za Distribuciju, Potpredsjednik Grupe za delikatesne namaze, Donat i internacionalizaciju, Glavni direktori Strateških poslovnih područja, Glavni direktori Strateških distribucijskih područja, Stariji izvršni direktori Privatnih robnih marki, Korporativnih pravnih poslova, upravljanja kvalitetom i upravljanja imovinom, Transformacija i informacijskih tehnologija te Upravljanja korporativnim ključnim kupcima, Generalni tajnik kao i Izvršni direktor Poslovnog područja, Centralne nabave, Ljudskih potencijala i kulture, Korporativnog kontrolinga, Centralnog marketinga te Korporativne strategije i novog rasta.

## POSLOVNI ODBORI



Odbor za društvenu odgovornost doprinosi implementaciji načela održivoga razvoja u svakodnevnom poslovanju na način da prati stanje u kompaniji i pokreće inicijative za unapređenje društveno odgovornog poslovanja. Odbor za društvenu odgovornost vodi Generalni tajnik Društva, a članovi su Izvršni direktor Ljudskih potencijala i kulture, Direktor Korporativnih komunikacija i Direktor Korporativnog upravljanja kvalitetom.

## INTERNA REVIZIJA U 2020. GODINI



Korporativna Interna revizija Atlantic Grupe izvršava funkciju neovisne revizije i kontrole te informira menadžere kroz sveobuhvatna izvješća o provedenoj reviziji u formi nalaza i prijedloga poboljšanja. Realizacija prijedloga poboljšanja prati se putem digitalnog alata. Interna revizija odgovorna je za procjenjivanje razine upravljanja rizicima u poslovnim procesima, revidiranje efikasnosti sustava internih kontrola sa svrhom unapređenja upravljanja rizicima i usklađenosti s procedurama, ispitivanje i analiziranje usuglašenosti postojećih poslovnih sustava s usvojenim politikama, planovima, procedurama, zakonima i pravilima koji mogu imati značajan utjecaj na poslovna izvješća.

Zadužena je za preporučivanje preventivnih mjera u području financijskog izvješćivanja, usklađenosti, poslovanja i kontrole u cilju otklanjanja rizika i eventualnih nedostataka koji bi mogli voditi do neučinkovitosti procesa ili prijevornih postupaka. Interna revizija o svom radu i planu revizije informira Komisiju za reviziju, a nalazi i preporuke pomažu menadžmentu u poboljšavanju procesa, preventivnom eliminiranju potencijalnih rizika ili umanjenju rizika na prihvatljivu razinu.

U 2020. godini je realizirano sedamnaest revizija u sljedećim područjima: usporedba pojedinih lokacija unutar SPP Pića, održavanje proizvodnje, proces planiranja marketinških aktivnosti uz pomoć digitalnog alata, održavanje opreme kod kupaca, uredska informatička oprema i dr. Navedeni revizijski postupci inicirali su ukupno 103 posebne akcije za poboljšavanje poslovanja i umanjenje specifičnih rizika na prihvatljivu razinu.



## Društveno odgovorno poslovanje

### SPONZORSTVA I DONACIJE

Društveno odgovorno poslovanje u svom širem smislu odrednica je djelovanja Atlantic Grupe. Kroz sponzorstva i donacije kompanija nastoji promovirati vrijednosti koje dijeli sa svojim društvenim okruženjem, a to su briga, otvorenost, rast i strast. Uz kontinuiranu **brigu** prema svim dionicima, uvijek smo **otvoreni** prema novim idejama, orijentirani na **rast** i **strastveni** prema poslu. Atlantic Grupa kontinuirano vodi računa o zajednici u kojoj živimo, ponašajući se na mnogo načina kao društveno odgovorna kompanija. Kriza uvjetovana pandemijom virusa COVID-19 u širem okruženju nije utjecala da se to promijeni, osim u namjeri da dodatno pojačamo napore u pomoći zajednici.

### COVID-19

Atlantic Grupa je od samog početka aktivno uključena u zajedničku borbu protiv koronavirusa na svim regionalnim tržištima na kojima poslujemo te je **Uprava kompanije odlučila donacijske iznose za 2020. godinu skoro u potpunosti preusmjeriti za pomoć lokalnim kriznim stožerima i institucijama koje koordiniraju aktivnosti suzbijanja zaraze i zaštite stanovništva**. Najveći dio od ukupno 28 milijuna kuna odnosi se na donacije namijenjene nabavci medicinske opreme, naročito respiratora, i materijala neophodnih za efikasan rad zdravstvenih institucija u Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Srbiji, Sjevernoj Makedoniji i Crnoj Gori, dok jedan dio uključuje i donacije proizvođača udrugama u okviru koordinacije nacionalnih stožera.

# 28 mil.

KUNA DONIRANO JE  
ZA POMOĆ LOKALNIM  
KRIZNIM STOŽERIMA I  
INSTITUCIJAMA  
KOJE KOORDINIRAJU  
AKTIVNOSTI SUZBIJANJA  
ZARAZE I ZAŠTITE  
STANOVNIŠTVA

### AKTIVNOSTI VEZANE UZ POTRES

Atlantic Grupa je od početka krize u 2020. godini - počevši od pandemije, zagrebačkog potresa u ožujku i posljednjeg kraja godine na području Banovine, aktivno uključena u pružanje pomoći, kako internoj zajednici zaposlenika, tako i stanovništvu pogođenih područja. Uz partnere na terenu, Crveni križ i Civilnu zaštitu, Atlantic Grupa je sudjelovala kako financijski, tako i kroz donaciju robe u Banovini, doniravši potrebnu robu i namirnice te je u suradnji s principalima kao distributer sudjelovala i u distribuciji njihovih donacija na tom području. Naši zaposlenici su, interno povezani jakim sportskim duhom i željom za pomaganjem, rado sudjelovali i podržali Virtualnu utrku 53nja, humanitarnu trku za područje Petrinje i okolnih mjesta, putem uplate startnine ili bilo kojeg drugog iznosa, a koji je išao za pomoć tamošnjim stanovnicima.

Iako u toliko nepovoljnim okolnostima, željeli smo i da učenici s područja potresa mogu neometano nastaviti sa sudjelovanjem u nastavi pa smo donirali dvadesetak računala učenicima, a inicijative za dodatnu pomoć nastavljaju se i 2021. godini. Uz pomoć i podršku kolegama koji dolaze iz pogođenog područja, nastavili smo i dalje s programom Solidarnost kojim kompanija direktno pomaže u izvanrednim životnim okolnostima u kojima se nađu naši zaposlenici, a među koje spada i ovaj potres.

## SPORT



## • KK CEDEVITA OLIMPIJA

## • KK CEDEVITA JUNIOR

## KOŠARKA



Nastavno na aktivnosti iz 2019. godine, Atlantic Grupa nastavila je s potporom prvog pan-regionalnog košarkaškog projekta Cedevida Olimpija. Podsjećamo, kako su se u 2019. perjanica sportskih sponzorskih aktivnosti Atlantic Grupe košarkaški klub (KK) Cedevida iz Zagreba i košarkaški klub Petrol Olimpija iz Ljubljane udružili u jedinstveni klub – KK Cedevida Olimpija.

Atlantic Grupa je, kao jedan od glavnih sponzora, nastavila pratiti sva sportska zbivanja oko kluba i njegov razvoj kojemu je novo sjedište u kulturnoj ljubljanskoj dvorani Stožice. Kao i mnoge druge sfere javnog i privatnog sektora, ni ovu sportsku nisu zaobišle posljedice pandemije izazvane virusom COVID-19 te je sezona, od koje se mnogo očekivalo na sportskom nivou, prekinuta radi očuvanja zdravlja svih osoba u klubu, povezanih s klubom i općenito radi zdravlja svih ljudi. Treninzi prve momčadi su u potpunosti prilagođeni svim uputama epidemioloških službi te su se održavali prema mogućnostima i uz određene mjere s ciljem maksimalnog očuvanja zdravlja svih prisutnih.

Dodatno, u Zagrebu djeluje i košarkaški klub Cedevida Junior, koji u fokusu ima prvenstveno mlade igrače i trenere te samim time predstavlja klub kojemu je cilj razvitak vrhunskih sportskih talenata u kompletne igrače koji će biti konkurentni u svim dobnim kategorijama i regijama svijeta. KK Cedevida Junior kao izravni nasljednik baštine koju je ostavila KK Cedevida nastavlja s radom i preuzima najbolje prakse kluba u radu s mladim talentima, razvijajući školu košarke te koristeći pune kapacitete Doma košarke Cedevida. Klub i Akademija aktivno rade u više od 20 škola košarke u zagrebačkim osnovnim školama, osiguravajući tako budućnost ovog sporta jednako kao i mogućnost zdravog i aktivnog načina života. Najveće izazove klub je u sezoni 2019/2020. imao je s pandemijom COVID-19 koja je uvelike onemogućila djelovanje i rad kluba na način na koji je djelovao do tada. KK Cedevida Junior se prilagodila svim uvedenim epidemiološkim mjerama te su, kada su mjere to dopuštale, u skladu sa svim odredbama održani treninzi samo za prvu ekipu i to treninzi zatvorenog tipa gdje su pristup imali samo igrači i trenere.





## VALUE DAY EVERY

### DAN VRIJEDNOSTI

Atlantic Grupa još od 2012. godine pomaže lokalnim zajednicama kroz aktivnosti programa Dan vrijednosti. Svake godine na jedan dan kolege sa svih tržišta okupljaju se kako bi sudjelovali u aktivnostima koje predstavljaju naše vrijednosti: **brigu, otvorenost, strast i rast.**

Dan vrijednosti u 2020. godini, kao i mnoge druge aktivnosti, izgledao je drugačije. Okupljanja i pomaganja zajednici kao prethodnih godina nisu bila moguća jer nam to okolnosti nisu omogućavale. To ipak ne znači da nismo pronašli način kako možemo podržati naše zajednice na individualan način.

Atlanticovi zaposlenici su se strastveno, kreativno i odgovorno trudili pomagati lokalnim zajednicama kroz različite vidove pomoći poput snimanja lektire i audio knjiga za slijepce i slabovidne, pletenja i heklanja deka i kapica za djecu u rodilištima, brige o sugrađanima, nuđenja pomoć starijima i zdravstveno ugroženima te održavanja edukacija u sklopu akcija Hrvatskog crvenog križa.

## KULTURA I ZNANJE



### 25. SARAJEVO FILM FESTIVAL

Atlantic Grupa je i u 2020. godini bila uz Sarajevo Film Festival, centralnu kulturnu manifestaciju u regiji. S obzirom na okolnosti, format festivala je promijenjen i usmjeren na online kanal te se mogao pratiti putem platforme na kojoj su se mogli gledati najnoviji filmovi domaće, regionalne i svjetske produkcije na vlastitom uređaju.



Posebno inspirativno bilo je novo izdanje platforme Svi smo mi iz istog filma, koja već niz godina promovira ideju o Festivalu kao projektu koji povezuje kreativne snage diljem regije i šire, a sve uz podršku Atlantica kao jednog od vodećih sponzora festivala. Poznati su filmaši tako, umjesto dolaska na nezamjenjivi sarajevski crveni tepih, putem online platforme poslali poruke podrške i inspiracije svim ljubiteljima filma. *Svi smo iz istog filma* već godinama svjedoči o posebnom partnerstvu i prijateljstvu Atlantic Grupe i Sarajevo Film Festivala. Svake godine ovaj projekt poziva publiku širom regije na zajedničko širenje ideje o kreativnosti, umjetnosti i suradnji, a ove je godine na jednom mjestu okupio, ujedinio i ohrabrio brojna poznata imena i omiljene goste SFF-a.

## OSTALE AKTIVNOSTI U ZAJEDNICI



U 2020. godini nastavila se suradnja koju Atlantic Grupa tradicionalno ostvaruje s različitim obrazovnim institucijama. Temeljem zaključene suradnje sa Zagrebačkom školom ekonomije i managementa te Trgovačkom školom u Beogradu nadograđeni su postojeći projekti s obrazovnim institucijama u različitim segmentima, a početkom godine ostvareno je nekoliko programa praksi mladih stručnjaka na pragu karijere. S obzirom na epidemiološke mjere i odgovorno poslovanje, u drugom dijelu godine te su aktivnosti pauzirane te će se nastaviti kada okolnosti vezane uz pandemiju dozvole njihovo daljnje provođenje bez opasnosti za zdravstvenu sigurnost polaznika.

Atlantic Grupa svjesna je koliko se malim koracima mogu ostvariti značajni pomaci. Već tradicionalna akcija sakupljanja plastičnih čepova za UOLL (Udruga oboljelih od leukemije i limfoma), koja se niz godina održava u Atlanticu, završila je 2020.godinu sa skupljenih 180 kg i 20 jumbo vreća plastičnih čepova.

Glavna ideja akcije jest prikupljanje plastičnih čepova i slanje u Udrugu, koja zatim u zamjenu za njih dobiva novčana sredstva. Udruga, koja postoji već 22 godine, zahvaljujući donacijama pomaže svojim članovima u kupnji lijekova, transplantata ili medicinskih pomagala koje ne financira HZZO.

Uz to, Atlantic Grupa je rado poduprla i dodatnu akciju UOLL-a „Pokažimo oboljelima da nisu sami“ unutar koje volonteri Udruge svake godine za Božić obilaze oboljele članove te ih prigodno daruju paketima koje doniraju razni donatori, među kojima je ove godine bio i Atlantic s proizvodima Cedevite i Farmacije. Članove Udruge razveselili su Cedevitinim bombonima, dok je Farmacia osigurala dodatke prehrani, dermatološku kozmetiku i dezinficijense.

## BORBA PROTIV MITA I KORUPCIJE

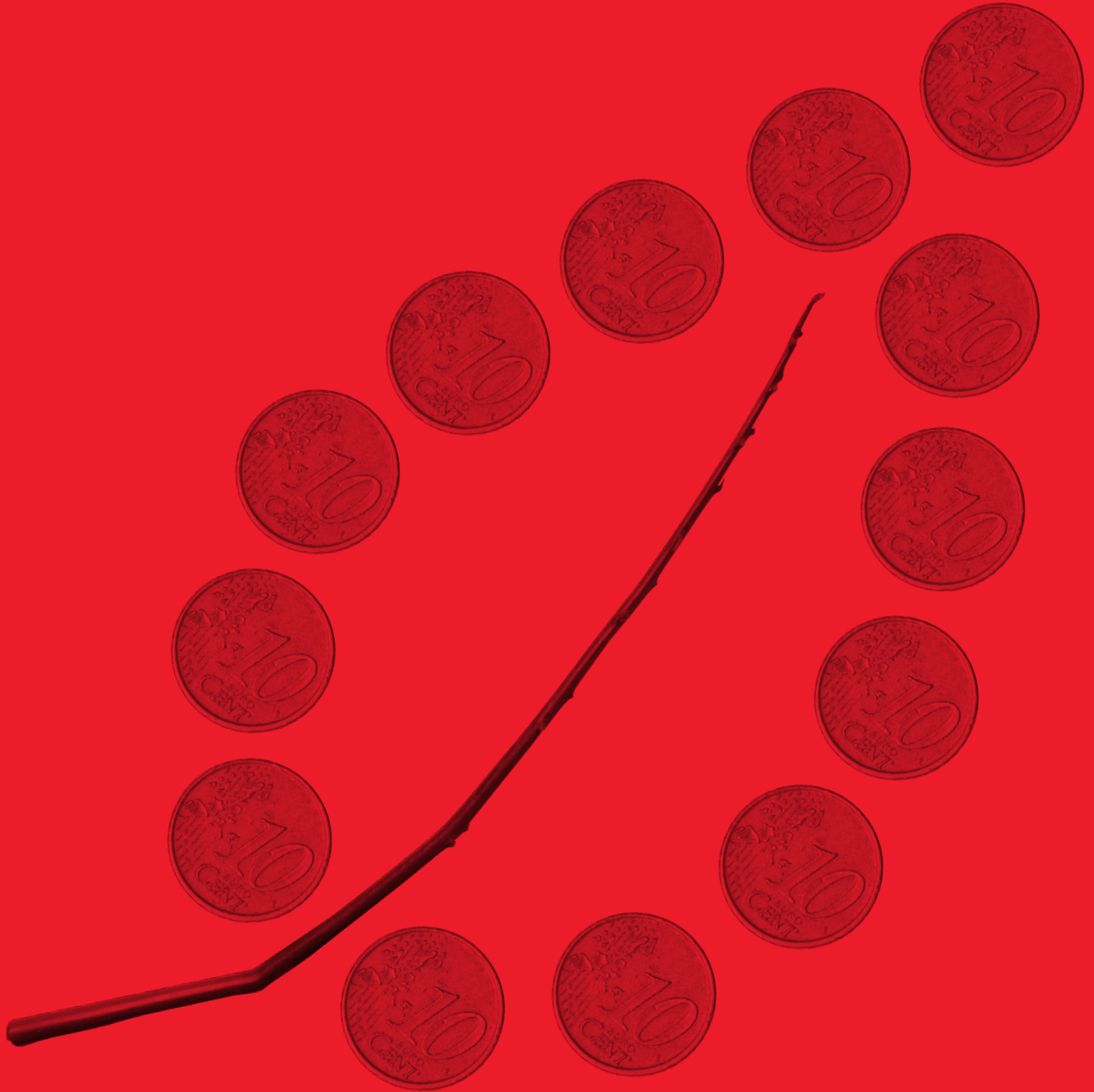


Razumijevanje pojma mita i korupcije uključuje prakse kao što su: neformalna plaćanja, prijevarena, iznuda, tajni dogovor i pranje novca, nuđenje ili primanje darova, zajmova, naknada, nagrada ili drugih koristi kao poticaja da se učini nešto što je nepošteno, nezakonito ili predstavlja povredu povjerenja, pronevjeru, trgovanje utjecajem, zlouporabu položaja, nezakonito bogaćenje, prikriivanje te ometanje pravde. Korupcija je široko povezana s negativnim utjecajima kao što su siromaštvo u tranzicijskim ekonomijama, šteta nanosena okolišu, zlouporaba ljudskih prava, zlouporaba demokracije, nepravilna raspodjela ulaganja i podrivanje vladavine prava.

Atlantic Grupa d.d. i ovisna društva svoje poštivanje integriteta, upravljanja i odgovornih poslovnih praksi na tržištu, međunarodnih normi i nositelja interesa pokazuju prihvaćanjem načela inicijative UN-a „Global Compact“, Kodeksa etike u poslovanju Hrvatske gospodarske komore te Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze i HANFE.

Postupak prijavljivanja nepravilnog ponašanja povezanog s korupcijom u Atlantic Grupi utvrđen je Pravilnikom o prijavljivanju nepravilnosti, kojim se propisuje postupak prijavljivanja te prava i dužnosti svakog i svih zaposlenika Atlantic Grupe koji u svojem radu uoče ili postanu svjesni bilo stvarne ili potencijalne nezakonite radnje ili potencijalnog kršenja prihvaćenih pravila poslovanja u Društvu od strane drugog zaposlenika (ili više njih). Svaki zaposlenik koji tijekom svojeg rada uoči ili postane svjestan nepravilnog ponašanja ima pravo, po vlastitom nahođenju, podnijeti anonimnu prijavu o potencijalnom nepravilnom ponašanju bez davanja podataka o svojem identitetu.







# Održivi razvoj i zaštita okoliša u 2020. godini

U segmentu integriranog sustava upravljanja okolišem i energijom kompanije, tijekom 2020. fokusirali smo se na unapređenje energetske učinkovitosti i optimizaciju gospodarenja otpadom. Na području upravljanja energijom, operativnim društvima Atlantic Grupe čiji je sustav upravljanja energijom već certificiran po standardu ISO 50001, pridružila su se još dva - Atlantic Grand d.o.o., Beograd i Atlantic Štark d.o.o. na lokaciji Palanački Kiseljak.

## POTROŠNJA ENERGIJE I VODE



Integrirani sustav upravljanja energijom Atlantic Grupe započeli smo uvoditi u naše kompanije prije šest godina kao nadogradnju sustava upravljanja okolišem. Odabirom tehnologija i usluga prihvatljivih za okoliš, upravljanjem rizicima na području energije te poticanjem aktivnosti za povećanje energetske efikasnosti kontinuirano radimo na očuvanju okoliša.

U strukturi korištenih energenata Atlantic Grupe, 30% energije odnosi se na električnu energiju. Drugi najčešće upotrebljavan energent je prirodni plin s 25% udjelom. Ukapljeni naftni plin koristi se u 15%, a potrošnja goriva za pogon vozila sudjeluje s 10% u cjelokupno potrošenoj energiji. Preostali dio energije odnosi se na paru i loživo ulje te obnovljive resurse u obliku solarne i termo energije.

Najviša potrošnja energije članica naše Grupe evidentirana je na proizvodnim lokacijama Atlantic Štarka d.o.o., Beograd, Atlantic Droga Kolinske d.o.o. u Izoli, Atlantic Granda d.o.o., Beograd, Atlantic Argeta d.o.o., Sarajevo, Atlantic Cedevita d.o.o. te distributivnog centra Atlantic Trade d.o.o., Zagreb.

Tijekom našeg kontinuiranog angažmana na unapređenju uštede energije, proveli smo niz tehnoloških i organizacijskih aktivnosti koje doprinose našem cilju pozitivnog utjecaja na okoliš. Pored redovite zamjene postojeće rasvjete LED rasvjetom, proveli smo i sljedeće aktivnosti:

- na proizvodnoj lokaciji Foodland Atlantic Štarka d.o.o., ugradili smo mjerače za mjerenje potrošnje električne energije na hladnjacima za recirkulaciju vode i tunelskom pasterizatoru te smo ugradili vrata s brzim zatvaranjem između hladnjače i proizvodnog pogona;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Štarka d.o.o. u Ljuboviji rekonstruirali smo kotlovnicu, zamijenili lož ulje s ukapljenim naftnim plinom, ugradili smo nove toplovodne kotlove za ukapljeni naftni plin, rekonstruirali toplovodnu instalaciju, nabavili nove recirkulacijske pumpe te sistem pripreme i napajanja kotlova vodom;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Štarka d.o.o., Beograd zamijenili smo glavni uređaj za ulijevanje, dva transformatora u trafo stanici, rashladnik za upravnu zgradu, ugradili smo novi sustav za hlađenje prostora te izolirali dio cjevovoda;
- na lokaciji Atlantic Granda d.o.o. u Skopju promijenili smo pneumatske instalacije i zamijenili rolo vrata u skladištu;
- u proizvodnom pogonu Atlantic Droga Kolinske d.o.o. u Rogaškoj Slatini nadgradili smo toplinsku stanicu za ugrijavanje s novom regulacijom te smo obnovili veći dio cjevovoda za paru i kondenziranu vodu;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Droga Kolinske d.o.o. u Mirni na ventilatoru smo ugradili samozatvorne žaluzine te smo zamijenili glavni zatvorni ventil u kotlovnici i toplani kao i kompletan sustav upravljanja parnog kotla, čime smo postigli redovito praćenje potrošnje pare i potrošnje vode za pripremu napojne vode za kotao i ispušt otpadne vode. Na istoj lokaciji smo također optimizirali sustav komprimiranog zraka i pare te na instalaciji za paru zamijenili parnu glavu;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Cedevite d.o.o., Zagreb i Montane Plus d.o.o., Zagreb nastavljamo sa sustavnim kontinuiranim eliminiranjem nepotrebne potrošnje energije te smo nadgradili sustav grafičko-tabelarne analize;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Argete d.o.o., Sarajevo optimizirali smo sustav za pakiranje gotovih proizvoda;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Granda d.o.o., Beograd zamijenili smo kompresor s energetske efikasnijim sustavom te smo započeli s iskorištavanjem toplotne energije kompresora za grijanje prostora kompresorske stanice;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Droga Kolinske d.o.o. u Izoli zamijenili smo gorionike na parnim kotlovima, uspostavili smo novi sustav hlađenja mlinova za kavu te sustav utovara kave;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Štarka d.o.o. u Palanačkom Kiseljaku promijenili smo filterske ispune i ventile na uređaju za preradu tehnološke vode.

Procjenjujemo, da će odrađena navedena poboljšanja utjecati na smanjenje potrošnje energije za 1% godišnje, a aktivnosti s područja korištenja vode će utjecati na smanjenje potrošnje vode za 5.000m<sup>3</sup> na godišnjoj razini.

Potrošnja energije se u 2020. godini smanjila za 1,5% u usporedbi s 2019., a potrošnja vode se smanjila za više od 40.000 m<sup>3</sup> što predstavlja preko 8% godišnje potrošnje vode. 80% od navedenog smanjenja potrošene vode ostvarilo se na lokacijama Atlantik Štarka u Igrošu (smanjenje od preko 20.000 m<sup>3</sup>), Cedeвите u Apatovcu (9.000 m<sup>3</sup>) i Atlantic Štarka u Palanačkom Kiseljaku (7.000 m<sup>3</sup>).

Uvjeti za uspješno prepoznavanje utjecaja naše djelatnosti na okoliš i planiranje učinkovitih aktivnosti za poboljšanja su dobro odabrani ključni pokazatelji poslovne uspješnosti (KPI-jevi). Našim dosadašnjim KPI-jevima dodali smo pokazatelj izračuna emisija CO<sub>2</sub> iz naslova potrošnje energije i goriva.

Naš utjecaj na okoliš na području upravljanja vodom, smo u 2020. godini, počeli razmatrati iz dodatnog aspekta. Praćenju količina potrošene vode i učinkovitosti potrošnje vode dodali smo i analizu efikasnosti upravljanja vode po izvoru.

## OTPAD I OTPADNE VODE



Prepoznavanje prilika za smanjenje utjecaja na okoliš s naslova upravljanja otpadom u fokusu je naših aktivnosti na ovom području upravljanja kompanijom. U tom segmentu posebna pažnja usmjerena je na odvojeno prikupljanje otpada radi omogućavanja daljnje prerade. Na tržištima Slovenije i Hrvatske nadmašili smo cilj postavljen okvirima EU regulative od 10%, a istom cilju težimo i na našim tržištima izvan EU.

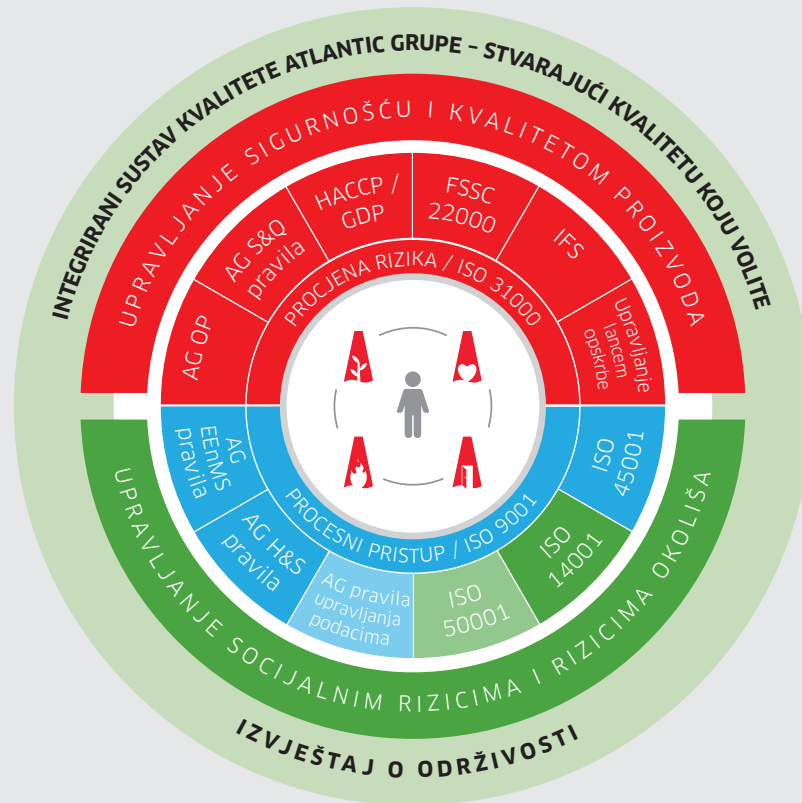
Pored praćenja sakupljenih količina i udjela komunalnog otpada u odnosu na ostali sakupljeni otpad, pratimo i daljnju preradu generiranog otpada. Cilj nam je kontinuirano podizanje nivoa postupanja s otpadom. Ponovno smo pokrenuli projekt postavljanja i nadogradnje eko otoka na našim lokacijama i postavljanje naljepnica za podizanje ekološke svijesti zaposlenih. Dodatno, pokrenuli smo projekt *Wind of Change*, u okviru kojeg su zaposlenici predložili kreativne ideje za daljnju upotrebu otpada kao sekundarne sirovine.

Na svim lokacijama poslovanja Atlantic Grupe redovito vršimo edukaciju u svrhu podizanja ekološke svijesti naših zaposlenika. U nastavku navodimo unaprjeđenja koje smo postigli na tom području tijekom 2020.:

- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Droga Kolinske d.o.o. u Rogaškoj Slatini uspostavili smo sustav vaganja otpada na viličarima te smo postavili ekološku stanicu za sredstva za čišćenje i kemikalije za potrebe uređaja za pročišćavanje otpadne vode;
- na proizvodnim lokacijama Atlantic Droga Kolinske d.o.o. u Izoli i Atlantic Granda d.o.o. u Skopju smo dio kave, koju smo do sada nabavljali u jutanim vrećama, počeli nabavljati u takozvanim big bag vrećama i tako smanjili količine otpada;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Argete d.o.o. u Sarajevu smo na uređaj za pročišćavanje otpadne vode ugradili pH elektrodu novog tipa;
- na proizvodnim lokacijama Foodlanda i Palanačkog Kiseljaka Atlantic Štarka d.o.o. završili smo aktivnosti na izradi uređaja za pročišćavanje otpadne vode;
- na proizvodnoj lokaciji Atlantic Štarka d.o.o. u Ljuboviji ugradili smo separator laganih naftnih derivata za oborinske vode s krovova objekta i prometnih površina.

U 2020. smo u usporedbi s prethodnom godinom, količine generiranog otpada smanjili za 266 tona, što predstavlja preko 3% od cjelokupnog otpada, kojeg generiramo na našim lokacijama.

## Integrirani sustav upravljanja procesima u 2020. godini



Nekoliko ključnih projekata razvoja sustava kvalitete obilježilo je 2020. godinu:

1. redizajn postojećih procesa i definiranje novih procesa kroz odgovarajući *Business Process Reengineering* (BPR) projekt;
2. nove certifikacije u 2020. i priprema za nove certifikacije u 2021.;
3. unaprjeđenje sustava nadzora;
4. digitalizacija sustava;
5. unaprjeđenje znanja i kompetencija.



### 1. Redizajn postojećih procesa i definiranje novih procesa kroz odgovarajući *Business Process Reengineering* (BPR) projekt

Provedeni BPR projekt uključio je dizajn i pregled gotovo 290 procesa na razini cijele Atlantic Grupe na način da je opseg procesnog pristupa proširen te su redefinirane uloge u takvom pristupu. Više informacija o samom projektu nalazi se u poglavlju *Informacijske tehnologije u 2020. godini*.

## 2. Nove certifikacije u 2020. i priprema za nove certifikacije u 2021.

U 2020. godini vršili smo aktivnosti za nove certifikacije unutar Grupe, prema IFS standardu. Projekt je uključivao sljedeće kompanije:

- u kojima je uspješno provedena certifikacija tijekom 2020.:
  1. Atlantic Cedevita d.o.o. (proizvodni pogon Planinska);
  2. Atlantic Droga Kolinska d.o.o. (pogon za proizvodnju kave u Izoli);
  3. Atlantic Štark d.o.o. (proizvodni pogon Ljubovija),
- u kojima su provedene pripremne aktivnosti za certifikaciju u 2021.:
  1. Atlantic Grand d.o.o. (proizvodni pogon u Beogradu);
  2. Atlantic Štark (proizvodni pogon u Beogradu).

Sve kompanije za koje je provedena certifikacija tijekom 2020., ocijenjene su najvišim nivoom IFS-a. Istovremeno, nastavljen je ciklus proširenja certifikata za energetske učinkovitost na sljedeće kompanije:

1. Atlantic Grand (proizvodni pogon u Beogradu);
2. Atlantic Štark (proizvodni pogon Kiseljak).

## 3. Unaprjeđenje sustava nadzora

U 2020. godini, povodom utjecaja širenja pandemije uzrokovane koronavirusom, implementirana su nova rješenja sustava nadzora. Uz klasične interne revizijske postupke na samoj lokaciji, uveli smo takozvane revizijske postupke na daljinu korištenjem digitalnih alata bez direktnog posjeta lokaciji, putem kojeg modela je održan i dio vanjskih revizijskih postupaka. Na taj način osigurali smo kontinuitet nadzora i kontinuitet svih naših certifikata.

U 2020. godini ukupno je provedeno 90 internih postupaka revizije. Drugo područje fokusa bilo je unaprjeđenje sustava nadzora za dobavljače, s dodanim fokusom na utvrđenje i praćenje elemenata održivog poslovanja.

## 4. Digitalizacija sustava

Ključni projekt digitalizacije na području sustava kvalitete u 2020. godini bio je posvećen alatu za izradu i upravljanje dokumentacijom sustava kvalitete na razini cijele Atlantic Grupe. Ovim alatom omogućena je standardizacija svih kategorija dokumenata, kako na korporativnoj tako i na lokalnoj razini, s ciljem da se omogući svakom korisniku Atlantic Grupe jednostavan pristup informacijama.

## 5. Unaprjeđenja znanja i vještina

Sve aktivnosti tijekom 2020. godine pratio je i kontinuirani rad stručnog osoblja iz ovog područja na unapređenju znanja i funkcijskih vještina u okviru organiziranog edukativnog programa pod nazivom *Functional Lab Quality*. Preko 5.000 polaznika unaprijedilo je specifična znanja vezana uz procesni pristup i sustave kvalitete kroz različite oblike internih edukacija po područjima. Posebna pažnja posvećena je edukaciji novog osoblja za provođenje revizije na području energetske učinkovitosti te promociji nove generacije educiranog osoblja za provođenje revizije za FSSC 22000.

Posebna pažnja posvećena je edukaciji novog osoblja za provođenje revizije za IFS standarde.

U 2020. završen je i projekt *E-learning - Dobra higijenska praksa* koji je uključivao niz različitih modula vezanih za pojedina područja poslovanja kompanije (*Dobra higijenska praksa* u proizvodnji, *Dobra higijenska praksa* u distribuciji i dr.) i koji je omogućio standardizirani pristup za sve polaznike Atlantic Grupe.





## LISTA CERTIFIKATA ATLANTIC GRUPE U 2020. GODINI

PRAVNI SUBJEKT (LOKACIJA)	TRŽIŠTE	STANDARD KVALITETE	STANDARD ZA SIGURNOST I KVALITETU HRANE	STANDARD ZA SIGURNOST HRANE	EKOLOŠKI STANDARD	EnMS	HALAL	BIO
ATLANTIC GRUPA	HR	ISO 9001			ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC CEDEVITA (ZAGREB)	HR	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC CEDEVITA (APATOVAC)	HR	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC MONTANA (ZAGREB)	HR	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			
ATLANTIC TRADE (ZAGREB)	HR	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	ISO 50001		DJEČJA HRANA I ČAJEVI
ATLANTIC GRUPA FARMACIA SPECIALIZIRANA PRODAVAONICA	HR	ISO 9001						
ATLANTIC GRUPA FARMACIA ZDRAVSTVENA USTANOVA	HR	ISO 9001						
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (LJUBLJANA)	SLO	ISO 9001			ISO 14001			
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (NAMAZI IZOLA)	SLO	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	ARGETA	
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (KAVA IZOLA)	SLO	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001			BARCAFFÉ 200 g
ATLANTIC DROGA KOLINSKA (ROGAŠKA)	SLO	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC TRADE (LJUBLJANA)	SLO							UNAPRIJED PAKIRANA ORGANSKA HRANA
ATLANTIC ARGETA (SARAJEVO)	BIH	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	ARGETA	
ATLANTIC GRAND (BIJELJINA)	BIH	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			
ATLANTIC ŠTARK (BEOGRAD)	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC ŠTARK (LJUBOVIJA)	SRB	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC ŠTARK (PALANAČKI KISELJAK)	SRB	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC GRAND (BEOGRAD)	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001		
ATLANTIC ŠTARK (IGROŠ)	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP				
ATLANTIC BRANDS (BEOGRAD)	SRB	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			
ATLANTIC GRAND (SKOPJE)	MAK	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			
ATLANTIC TRADE (SKOPJE)	MAK	ISO 9001		HACCP	ISO 14001			UNAPRIJED PAKIRANA ORGANSKA HRANA
ATLANTIC BRANDS (AUSTRIJA)	AUT							BIO MUSLIRIEGELBIO



## Lanac opskrbe

Atlantic Grupa njeguje snažne i dugoročne odnose sa svojim dobavljačima, kojima nudi brojne prilike i mogućnosti za suradnju. Od naših dobavljača nabavljamo sve sirovine za naše proizvode, ambalažu, strojeve za proizvodnju i završnu doradu proizvoda, drugu opremu i tehničke uređaje te ostale usluge koje su nužna potpora našim procesima. Naš se lanac opskrbe sastoji od velikih multinacionalnih korporacija i malih lokalnih dobavljača. Od nekih dobavljača proizvode i usluge nabavljamo u značajnim količinama, dok s drugima povremeno surađujemo. U 2020. godini Atlantic Grupa je surađivala s više od 4.200 dobavljača.

Neovisno o kategoriji dobavljača, cilj nam je ostvariti visokokvalitetne odnose s našim dobavljačima kroz koje nastaje dodana vrijednost kako za našu kompaniju, tako i za naše dobavljače. Iako surađujemo s velikim brojem dobavljača, bazu podataka naših dobavljača kontinuirano proširujemo s novim dobavljačima koji su sposobni pridonijeti stvaranju zadovoljstva korisnika i potrošača svojom visokom kvalitetom te inovativnijim, funkcionalnijim i konkurentnijim proizvodima ili uslugama. Kako bismo osigurali stalna poboljšanja proizvoda, kontinuirano ocjenjujemo naše dobavljače te ih potičemo na poboljšanje učinkovitosti i razvoj inovativnih proizvoda i tehnologija. U cilju poboljšanja i olakšavanja procesa identifikacije, razvoja i pokretanja inovacija s tržišta nabave, Atlantic Grupa je prije tri godine uspostavila program inovacija koje omogućuju dobavljači (Supplier Enabled Innovation). U okviru tog programa postojeći dobavljači, kao i oni koji bi željeli započeti suradnju s Atlantic Grupom, imaju priliku raditi zajedno s profesionalcima iz Atlantic Grupe na oblikovanju, razvoju i komercijalizaciji raznih inovativnih ideja, koncepata i proizvoda koji bi se mogli primijeniti i lansirati na tržište. U zadnje je tri godine u okviru tog programa organizirano nekoliko radionica s dobavljačima ambalaže i sirovina koji su posvećeni inovacijama. Rezultati tih radionica su koncepti i ideje koji bi se mogli primijeniti na brendove ili proizvode Atlantic Grupe, od kojih su neki dodatno razvijeni i provedeni. Ideje odabrane za daljnju provedbu odnose se na održivije proizvode, posebno ambalažu, kao što je povećanje udjela recikliranih materijala u PET bocama, uvođenje polimernih folija i jednokratnih čaša koje se mogu reciklirati, prelazak na znatno lakše plastične čepove itd.

Naš odnos s dobavljačima gradimo na kriterijima profesionalnosti, transparentnosti i fer odnosa, poštujući u potpunosti kako zakonodavne okvire, tako i visoke etičke i moralne standarde. Jednako tako, želimo graditi odnose s dobavljačima koji dijele naše vrijednosti i promiču jednake standarde među onima s kojima posluju i s kojima su u kontaktu.

Iz navedenih razloga Atlantic Grupa posvećuje veliku pozornost odabiru dobavljača. Osim gore navedenih kriterija, od naših dobavljača očekujemo da djeluju u skladu s važećim zakonima svojih zemalja kao i zemalja s kojima posluju, uključujući i zakone vezane za diskriminaciju, radno zakonodavstvo, zaštitu zdravlja i sigurnost, te zakone o zaštiti okoliša.

Stoga aktivno tražimo dobavljače koji dijele naše vrijednosti i principe poslovanja te promiču primjenu visokih standarda u okruženju u kojem djeluju.

Ti standardi prije svega uključuju:

- poštovanje zakona, uključujući zabranu davanja ili primanja mita i neprijemljenog nagradivanja za sklapanje poslova ili ostvarivanje suradnje,
- poštovanje ljudskih prava i prava radnika,
- zaštitu zdravlja i osobne sigurnosti svojih zaposlenika,
- zabranu korištenja rada djece,
- zabranu diskriminacije na temelju rase, vjere, spola ili bilo kojeg drugog kriterija, kao i zabranu seksualnog uznemiravanja,
- poštovanje važećih zakona i standarda o zaštiti okoliša i očuvanju prirode, životinjskih i biljnih vrsta.



Osnovni standardi nabave i odnosa s dobavljačima definirani su u Smjernicama za nabavu, temeljnom dokumentu nabavne organizacije Atlantic Grupe, koje su popraćene postupcima, priručnicima i uputama u kojima se detaljno opisuju specifična područja nabavnih aktivnosti u operativnim kompanijama Atlantic Grupe. Smjernicama je predviđeno da nabavna organizacija Atlantic Grupe poduzima samo radnje i prakse koje osiguravaju održivo korištenje resursa i nabavu, potičući smanjenje nastanka otpada, poboljšanje utjecaja na okoliš i zaštitu ljudskih i radničkih prava. U tom je pogledu tijekom 2020. u suradnji s našim dobavljačima provedeno nekoliko aktivnosti, kao što su nastavak promocija i stimuliranje nabave kokoši sa standardnog kaveznog uzgoja na slobodni uzgoj, nabava većih količina tune s MSC certifikatom kojim se jamči održivi ulov tune ili nabava zelene kave s plantaža u vlasništvu žena. Osim toga, na određenim proizvodnim lokacijama višeslojne vreće za šećer od 50 kg smo u cijelosti zamijenili velikim vrećama od 1.000 kg ili isporukom šećera u rasutom stanju, čime se smanjuje količina otpada i ostvaruje pozitivan utjecaj na naš CO<sub>2</sub> otisak.

Pandemija COVID-19 ubrzala je naše usmjeravanje prema korištenju lokalnih resursa za proizvodne materijale kad god je to moguće radi pružanja potpore lokalnim dobavljačima da prežive ovu krizu i rastu s nama. Lokalizacijom naše baze dobavljača istovremeno smo smanjili rizik prekida u lancu opskrbe Atlantic Grupe, skratili vrijeme isporuke i pojednostavnili upravljanje lancem opskrbe.

Postoji niz primjera takve lokalizacije resursa, kao što je nabava ribe iz lokalnih uzgajališta riba u Sloveniji, Hrvatskoj i Srbiji ili suradnja s lokalnim uzgajivačima crvene paprike u Srbiji.

Nabavna organizacija Atlantic Grupe odlučna je vršiti selekciju samo onih dobavljača koji poštuju navedene standarde u poslovanju s našom kompanijom. Nadzor nad provedbom i pridržavanjem tih standarda naših dobavljača je zahtjevan zadatak, ali ključan za zaštitu poslovanja i reputacije naše kompanije te, prije svega, za zaštitu naših potrošača koji koriste naše proizvode. Zajednički model nadzora dobavljača Atlantic Grupe definiran je i uspostavljen 2014. godine te se od tada uspješno primjenjuje. Sustav obuhvaća jedinstvene kriterije za odobravanje, ocjenu i reviziju dobavljača, te je intenzivno rađeno na sustavu prikupljanja i obrade podataka, kao i modelu ocjenjivanja i monitoringa temeljenog na modelu upravljanja rizicima. S ciljem unaprjeđivanja cjelokupnog procesa prikupljanja, pregledavanja i ocjenjivanja dokumentacije dobavljača koja se odnosi na standarde kvalitete i certifikate, Atlantic Grupa je 2017. primijenila internetski alat Eractum. Taj alat omogućuje Atlantic Grupi da ima središnju bazu sve potrebne dokumentacije dobavljača u pogledu nužnih standarda kvalitete i praksi, kao što su FSSC 22000/ IFS/ BRC, HACCP ili GMP, ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001. Do danas je velika većina dobavljača počela upotrebljavati Eractum kao platformu za dijeljenje takvih certifikata i isprava s nama, što doprinosi transparentnosti poslovanja i kriterijima za odabir dobavljača.

Ocjenjivanje dobavljača provodi se jednom godišnje te se općenito temelji na dva glavna kriterija, a to su kvaliteta i komercijalni uvjeti. Ocjenjivanje na temelju kvalitete isporučenih materijala i sustava kvalitete dobavljača provodi Odjel osiguranja kvalitete nakon čega se svakom dobavljaču daje povratna informacija o njegovoj ocjeni i traženim poboljšanjima. S ciljem poboljšanja dvosmjerne komunikacije, Atlantic Grupa potiče postojeće i potencijalne dobavljače da koriste portal za dobavljače dostupan na internetskoj stranici kompanije. Portal sadrži informacije o robama i uslugama koje nabavlja Atlantic Grupa, odabiru i postupcima dodjele ugovora itd. Osim toga, portal dobavljačima pruža priliku da podijele svoje prijedloge za unaprjeđenje odnosa s Atlantic Grupom, kao i kvalitete i funkcionalnosti proizvoda i usluga te drugih aspekata suradnje.

Kako bismo povećali transparentnost i usklađenost procesa, tijekom 2020. uveli smo digitalni alat za prikupljanje ponuda dobavljača i provedbu natječaja – SAP Ariba alat za nabavu, kojeg upotrebljava Centralna nabava.

Unatoč vrlo nepovoljnim okolnostima uzrokovanim širenjem pandemije COVID-19 i utjecajem te krize na globalne i lokalne tokove robe, kao i na proizvodne kapacitete naših dobavljača, uspjeli smo izbjeći prekide ili znatna kašnjenja u isporuci traženih proizvodnih materijala. Naši snažni i dugoročni odnosi s dobavljačima pomogli su nam izbjeći takve prekide. Pritom smo osigurali neprekinutu opskrbu tržišta našim proizvodima.

## Upravljanje rizicima održivosti

Korporativne vrijednosti (briga, otvorenost, rast i strast) i kultura koju Atlantic Grupa njeguje odražava se u politici kvalitete kojom se potvrđuje naša predanost načelima održivog razvoja, gospodarske učinkovitosti, ekološke odgovornosti i društvene odgovornosti. To znači da, osim poštovanja nacionalnih propisa i međunarodnih standarda, razvijamo interne procedure i politike za najznačajnija pitanja za našu kompaniju kao i za naše dionike, pri čemu uzimamo u obzir lokalne i globalne trendove u održivosti. Budući da su visoki standardi kvalitete naša temeljna obveza, djelujemo na načine koji stvaraju zajedničku vrijednost za zajednicu i pomažu u zaštiti okoliša za buduće generacije.

Kako razumijemo održivost? Svjesni smo da naše aktivnosti ne smiju nanijeti štetu koja će pogoršati život budućih generacija. No, što je još važnije, nastojimo razumjeti i djelovati na takav način, da je održivi razvoj zapravo proces stvaranja novih prilika i razvojnih mogućnosti za naše poslovanje, kao i za bolju budućnost novih generacija.

S ciljem poboljšanja okolišnih, socijalnih i ekonomskih ciljeva, rizike i prilike održivosti prepoznajemo, pa tako i djelujemo, u više smjerova: na području razvoja novih proizvoda, tehnoloških procesa, razvoja zaposlenika, komunikacije s kupcima, potrošačima, odnosa s investitorima te upravljanja nabavnog lanca.

### ODRŽIVI RAZVOJ U ATLANTIC GRUPI

Osim makroekonomskih uvjeta koji u velikoj mjeri diktiraju trendove u industriji robe široke potrošnje, posebice osobne potrošnje kao komponente BDP-a, naša kompanija razmatra i velike globalne rizike poput financijske krize koja uzrokuje recesiju u Europi, kao i u regiji, ali isto tako i klimatske promjene i potencijalnu oskudicu resursa koji sve više utječu na naše društveno, ali i ekonomsko okruženje. Proširenjem naše brige za okoliš, kroz integrirani sustav upravljanja okolišem i energijom, napravili smo veliki korak prema održivosti, s fokusom na podizanju učinkovitosti gospodarenja otpadom i poboljšanjima energetske učinkovitosti. Uz stalno rastuća očekivanja potrošača, razvoj industrije robe široke potrošnje uvelike karakterizira i sposobnost kompanije na prilagođavanje potrebama potrošača te trendovima tržišta, što pak uvjetuje ulaganja u istraživanje i razvoj te inovacije i tehnologiju.

U naše poslovanje ugradili smo obveze društvenog odgovornog poslovanja utemeljene na vanjskim inicijativama te smo aktivan sudionik na njihovom daljnjem širenju na tržištima na kojem poslujemo.

### KLJUČNI INDIKATORI KAO MOTIVATORI UNAPREĐENJA

U Atlantic Grupi odredili smo svoje prioritetne ciljeve djelovanja u smjeru održivosti još u 2013. godini. Za odabranih devet ključnih pokazatelja napretka redovno izvještavamo rezultate, a to su: generirana i distribuirana izravna ekonomska vrijednost, potrošnja energije unutar organizacije, vrste s crvene liste IUCN-a i vrste s nacionalnog popisa za zaštitu, generirani otpad, zapošljavanje novih zaposlenika i fluktuacija zaposlenih, ozljede na radu, prosječni sati treninga godišnje po zaposlenom, slučajevi nepoštivanja propisa koji se tiču učinaka proizvoda i usluga na zdravlje i sigurnost te zahtjevi za podacima o proizvodima i usluga i označavanje, a u 2020. dodali smo energetske intenzivnosti kao deseti pokazatelj. Svjesni povezanosti poslovanja svake kompanije u šire društvene ciljeve, u godini 2020., kroz GRI izvještaj prvi put smo analizirali kako naše aktivnosti mogu biti povezane i imati učinak na globalne razvojne ciljeve održivosti (SDG). Dodatno, u okviru razvoja odnosa s investitorima, krajem 2020. ponovo smo analizirali njihove interese koji su opisani u mnogim evaluacijskim upitnicima. Odlučili smo izvještaj za 2020. godinu nadograditi s dodatna četiri ciljana područja, od kojih su tri iz područja okoliša:

- upravljanje CO<sub>2</sub> emisijama,
- upravljanje potrošnjom vode i analiza efikasnosti upravljanja po vrsti izvora vode,
- detaljnija analiza upravljanja raznih vrsta otpada, dok jedan ima socijalni aspekt:
- ravnopravnost spolova po svim razinama upravljanja kompanije.

Rizike i prilike održivog razvoja ubrzano ugrađujemo i u strategije upravljanja robnim markama. Poslovanje kompanije koje se odnosi na razvoj i proizvodnju Argeta proizvoda je u 2020. godini definiralo svoju strategiju održivog razvoja brenda i odredila prioritete djelovanja te postavilo ciljeve napretka, naslanjajući se na analizu životnog ciklusa proizvoda uz dobro poznavanje izazova održivosti te trendova i očekivanja potrošača. Slijedom navedenog, krajem godine izrađen je samostalan izvještaj o održivom razvoju, s ocjenom postignutih rezultata i planiranjem daljnjih aktivnosti.

Poslovanje kompanije koje se odnosi na razvoj i proizvodnju Donat proizvoda je u brizi o prirodi odlučilo pristupiti obnovi robne marke na način da uvodi ambalažu iz 100% recikliranog materijala. 70% korisnika navedenog proizvoda potvrdilo je da je to, ne samo dobrodošlo, već i očekivano za robnu marku koja je poznata po svom prirodnom podrijetlu jedinstvene kombinacije minerala koji joj daju funkcionalnost. Dodatno, u ciljevima ovih aktivnosti definirano je korištenje transportne folije s 50% reciklata i smanjenje debljine etiketa za 12%. Planirane aktivnosti s prikupljenim i iskorištenim bocama Donat proizvoda usmjerene su na njihovo korištenje kao sirovine za preradu boca, čime bi, osim smanjenja opterećenja okoliša plastikom, smanjili emisiju CO<sub>2</sub> za čak 90%.

## NOVI REGULATORNI ZAHTJEVI, UDRUŽENJA, NOVA ZNANJA

Klimatske promjene i njihovo ublažavanje, zaštita vodnih resursa i bioraznolikost glavni su prioriteti budućih pravaca razvoja Europske Unije. U skladu s Uredbom EU o taksonomiji, koja je stupila na snagu 12. srpnja 2020. utvrdili smo smjernice za naše aktivnosti u tom području. U 2021. godini mjerenje napretka prilagodit ćemo uvedenom standardiziranom pristupu, te ćemo biti u mogućnosti prikazati našu dodanu vrijednost kroz udjele prihoda, investicija i troškova, u pojedinim kategorijama održivosti.

U Srbiji, Atlantic Grupa jedan je od osnivača Foruma za odgovorno poslovanje – prve i jedine mreže kompanija na tom tržištu posvećenih društvenoj odgovornosti – čije aktivnosti doprinose daljnjem razvoju društveno odgovornih projekata i razmjeni iskustava u dosadašnjoj praksi.

U razdoblju 2013. – 2015. predstavnik Atlantic Grupe bio je član upravnog odbora navedenog Foruma.

U Hrvatskoj je Atlantic Grupa članica Hrvatskog poslovnog savjeta za održivi razvoj (HR PSOR) od 2005. godine. Navedeno poslovno udruženje okuplja kompanije u zajedničkoj misiji traganja za razvojnim rješenjima koja uravnotežuju poslovni uspjeh, društvenu dobrobit i zaštitu okoliša.

U Sloveniji, predstavnici Atlantic Grupe sudjelovali su na edukativnom 60-satnom programu za stjecanje titule Managera održive transformacije, koji je održan u organizaciji M3TRIX Akademije i Centra energetske učinkovitih rješenja.



## RAZVOJ NOVIH PROIZVODA I POBOLJŠANJA TEHNOLOŠKIH PROCESA

Putem svoje djelatnosti i proizvodnog portfelja, Atlantic Grupa ima utjecaj na stvaranje zajedničkih vrijednosti promicanjem zdravog načina života među potrošačima na tržištima i u zajednicama u kojima poslujemo.

Kao odgovor na glavne izazove, naša posvećenost održivosti duboko je ukorijenjena u naše temeljno poslovanje:

- kontrola rizika je sastavni dio procesa dizajniranja, razvoja ili poboljšanja proizvoda kad je riječ o korištenju sirovina, sastojaka ili tvari koje mogu ugroziti ljudsko zdravlje. U Atlantic Grupi uspostavili smo postupke čija je svrha zajamčiti sigurnost i usklađenost svakog novog ili unaprijeđenog proizvoda. Postoje brojni interni zahtjevi koje treba poštovati u smislu zahtjeva zakonodavstva i održivosti kako bi se osigurala proizvodnja sigurnih prehrambenih proizvoda. Nadalje, posvećeni smo razvoju novih recepata za proizvode kako bi unaprijedili naše proizvode i podržali zdrave prehrambene navike naših potrošača;
- pri konceptualizaciji, planiranju i dizajniranju novih proizvoda također, uz prethodno navedene, uzimamo u obzir aspekt zaštite okoliša i održivog razvoja. Pažljivim izborom sirovina i ambalažnih materijala naše aktivnosti su usmjerene na smanjenje negativnog utjecaja na okoliš tijekom cjelokupnog životnog ciklusa proizvoda – od sirovina do konačnog odlaganja ambalažnog otpada nakon njegove uporabe;
- proširenje načela održivog razvoja ogleda se u odnosima s našim dobavljačima. Uključivanjem okolišnih kriterija u proces selekcije dobavljača proširili smo brigu za okoliš na naš cjelokupni lanac opskrbe.

Strategija koju Atlantic Grupa provodi proteklih godina, a koja je usmjerena na smanjenje ekološkog otiska, pokazuje značajne rezultate. Uz to što unutar Grupe podižemo ljestvicu naših internih očekivanja, jednako važnim smatramo i poticanje partnera i potrošača na odgovorno ponašanje prema okolišu.

U nastavku donosimo nekoliko primjera primjene navedenih načela u 2020. godini:

Argeta proizvodi od 2020. koriste FSC certificiran transportni karton, koji se postepeno ugrađuje u sve razne vrste pakiranja. Redizajniranjem pakirnih jedinica iz 2x6 na 2x7, optimiziran je volumen i s time su posljedično smanjene transportne operacije (za 14,2%) i potrošnja papira (za 12,3%). Osim toga, pripremljen je plan daljnjeg unapređenja prehrambenog profila Argeta namaza: u proizvodima Junior uvodi se smanjenje masti na 20%, viši udio proteina te eliminiranje soje iz receptura, a za Argeta namaze označavanje tvrdnjom „bez GMO“.

Barcaffè je u 2020. u svoj asortiman proizvoda uveo korištenje folije bez aluminija GENEPROTECT®: prvo za liniju Barcaffè BIO, koju će slijediti linije Single origin i Selection. Ekološki prihvatljiva folija temelji se na obnovljivim izvorima poput šećerne trske i uljane repice (udio obnovljivih izvora u proizvodnji folije iznosi 70 %), a ima sve potrebne funkcionalnosti zaštite svježine proizvoda kao ambalaža koja sadrži aluminij. Prednost nove folije je i u njezinom potencijalu za recikliranje. Barcaffè time također smanjuje svoj ugljični otisak (CO2) koji je u okviru proizvodnje folije 63% niži u odnosu na standardnu proizvodnju troslojnih folija. Ovim korakom Barcaffè uspješno slijedi put ekološki odgovornog proizvođača kave i među prvima je za svoje proizvode koristio inovativnu ambalažu bez aluminija.

Kod Cedevite GO proizvoda, uvođenjem novog pakiranja, smanjena je masa i volumen čepa kao i broj različitih materijala. Novi čep izrađen je samo od PP (polipropilen) plastike, što nije bio slučaj s prethodnom verzijom, čime je količina ambalažnog otpada smanjena za cca 180 t godišnje. Novi dizajn pakiranja omogućuje jednostavnije odvajanje i zbrinjavanje, što s aspekta ekologije predstavlja značajno unaprjeđenje.

SPP Slatko i Slano je u 2020. godini ponudio potpuno nove, nutritivno vrijednije proizvode u okviru novog pod-brenda Prima Grissini. Novi proizvodi napravljeni su od integralnog brašna (heljda, zob, pir, pšenica, kukuruz), kvasca, lana i chia sjemenki, bogati su vlaknima, s prirodnim aromama i bez dodanih aditiva. Na jednom od naših najvećih brendova, Bananica, unapređena je receptura dodatkom prirodnog ekstrakta banane, a nastavne aktivnosti usmjerene su na smanjenje upotrebe višeslojne ambalaže, koja će biti implementirana prelaskom na novu liniju čokolade, čime bi se količina ambalažnog otpada smanjila za 30%.



## Ljudi i kultura u 2020. godini

Strategija upravljanja ljudskim potencijalima u Atlantic Grupi ima tri glavne smjernice koje funkcija Ljudskih potencijala i kulture trenutno primjenjuje: jednostavnost organizacijskog ustroja i procesa s korisnikom u središtu, odabir i promoviranje autentičnih lidera koji inzistiraju na osobnoj odgovornosti, te građenje odnosa sa zaposlenicima kao pojedincima kojima se pružaju prilike za rast i razvoj. Ključna načela provedbe strategije ljudskih potencijala su jednostavnost, utjecaj i humanost.

Izazovna 2020. pokazala je koliko naše vrijednosti usmjeravaju naše odluke i ponašanja, te je tako i briga jednih o drugima, za naše zaposlenike, poslovne odnose i zajednicu u kojoj poslujemo, bila silnica koja nas je vodila kroz godinu.

Mjere zaštite zdravlja unutar kompanije uvedene su preventivno i značajno ranije nego su propisane nacionalnom regulativom. Uredskim zaposlenicima omogućen je rad od kuće a za zaposlenike - roditelje plaćeni dopust za čuvanje djece mlađe od 12 godina. Osim toga, navedenim zaposlenicima omogućena je kupnja namještaja i elektronike za opremanje kućnih ureda po povoljnim uvjetima kod vanjskih partnera. Posebnu pažnju posvetili smo kolegama čija priroda posla zahtijeva fizičku prisutnost na Atlanticovim lokacijama. Svim zaposlenicima u proizvodnji, skladištima, na terenu i u ljekarničkim jedinicama osigurana je zaštitna oprema, proizvodi za osobnu higijenu i brigu o imunitetu a njihov trud i rad tijekom intenzivnih mjeseci trajanja pandemije, nagrađen je povećanjem plaće. U dijelovima organizacije u kojima je, iz razloga te tijekom pandemije uzrokovane koronavirusom, obujam posla smanjen ili je njegova potreba u potpunosti izostala, omogućili smo njihovu preraspodjelu na način da svoj doprinos daju u dijelovima poslovanja gdje je aktivnost bila povećana.

Povezanost i osjećaj pripadnosti ono su što čini tijelo organizacije, dok kultura predstavlja neopipljivi element koji spaja sve dijelove u jednu cjelinu. U tom duhu, pokrenuli smo među-funkcijsku inicijativu Okus zajedništva s namjerom da se, putem nekoliko korporativnih komunikacijskih kanala, osigura povezanost svih zaposlenika bez obzira na mjesto s kojeg obavljaju svoj posao. Navedenim projektom među zaposlenicima je potaknuta interaktivnija međusobna komunikacija, razgovor o novim okolnostima u svakodnevnom radu te je pružen dodatni oblik podrške za što uspješniju prilagodbu novim radnim okolnostima, poput pravovremene dostave informacije o zbivanjima u kompaniji, mjerama sigurnosti, dostupnoj edukaciji putem webinarima i online radionica, organizacija okupljanja na virtualnoj kavi s Predsjednikom Uprave, razgovora sa stručnjacima, virtualnih rekreativnih aktivnosti, organizacija prilika da volontiraju i pomognu zajednici, kao i sadržaja zabavnog karaktera uz koje se zaposlenici mogu izvan radnog vremena zajedno zabaviti i opustiti.

Dva elementa brige za ljude tijekom 2020. dobila su posebno na važnosti. Kroz program Solidarnosti pružili smo financijsku pomoć svim kolegama čija je imovina stradala tijekom potresa u Zagrebu, Petrinji i Banovini. Vodeći činjenicom da potresi, dugoročna izoliranost i pandemija mogu općenito nepovoljno utjecati na mentalno zdravlje ljudi, uz osiguranje mogućnosti praćenja predavanja i panela vrhunskih stručnjaka na temu mentalnog zdravlja, zaposlenicima je osigurana besplatna telefonska psihološka podrška s renomiranim nacionalnim institucijama za mentalno zdravlje kao i anonimna psihološka pomoć za pojedince.

Rad na daljinu ubrzao je daljnju digitalizaciju edukacija u organizaciji kompanije pa su protekle godine sve održane online putem, a omogućene su i za zaposlenike koji u svom redovnom poslu ne koriste računalo (proizvodnja i distribucija) putem tableta instaliranih na radnim lokacijama. U takav oblik učenja, uključeno je 2.000 Atlantikovaca.

Među priznanjima koje smo dobili za 2020., izdvajamo ona kroz koja je šira zajednica prepoznala našu osobitu brigu koju smo u toj izazovnoj godini usmjerili na naše zaposlenike. S 99% ostvarenim rezultatom u CEP certifikaciji i dalje smo vodeći Poslodavac partner u regiji, uz što smo dobili i posebno priznanje „Izvršnost u izazovima“ za mjere i aktivnosti za zaštitu i dobrobit zaposlenika, koje smo poduzeli tijekom 2020. Naši projekti „Okus zajedništva“ i „Dan vrijednosti svaki dan“ nagrađeni su kao najbolje prakse na Best Employer Branding Awardsima.

## LJUDSKA I RADNA PRAVA

Atlantic Grupa d.d. i njemu ovisna društva pridaju pažnju njihovom utjecaju na međunarodna priznata ljudska prava, koja u najmanjoj mjeri predstavljaju prava navedena u Međunarodnoj povelji o ljudskim pravima i načela navedena u Deklaraciji Međunarodne organizacije rada o temeljnim načelima i pravima pri radu. Organizacija može utjecati na ljudska prava izravno, kroz vlastite aktivnosti i poslovne djelatnosti, te neizravno, kroz svoje interakcije i odnose s drugima, uključujući vlade, lokalne zajednice i dobavljače, te kroz svoja ulaganja.

Prihvatanjem načela inicijative UN-a Global Compact Atlantic Grupa d.d. obvezala se podupirati i poštivati zaštitu međunarodno proglašanih ljudskih i radnih prava.

Temeljne smjernice djelovanja Atlantic Grupa d.d. i ovisnih društava u tom smislu su:

- poticanje različitosti i osiguranje jednake mogućnosti pri zapošljavanju, razvoju karijere i napredovanju svim svojim radnicima neovisno o njihovoj spolu, dobi, invaliditetu, nacionalnom ili socijalnom podrijetlu i ostalim pokazateljima različitosti;
- nulta tolerancija prema diskriminaciji na radnom mjestu s ciljem osiguranja radnog okruženja u kojem su zaposlenici zaštićeni od svakog oblika diskriminacije ili uznemiravanja od strane njihovih poslodavaca, nadređenih, suradnika i drugih osoba;
- podupiranje prava na udruživanje radnika i rad Saveza sindikata, uključujući kolektivno pregovaranje i kolektivne ugovore;
- zabrana dječjeg rada te prisilnog ili obveznog rada te promicanje mjerodavnih propisa o zdravlju i sigurnosti s ciljem osiguranja sigurnog i zdravog radnog okruženja svojim radnicima.

Na svim tržištima organizacije uspostavljen je registar regulatornog usklađivanja u području sigurnosti na radu i protupožarne zaštite s ciljem preventivnog djelovanja i koordinacije regulatornih aktivnosti, pri čemu se redovito provode procjene rizika. Politike i postupci Društva u pogledu ljudskih prava, jednakih mogućnosti, sigurnih i zdravih uvjeta rada dostupni su u internom glasilu Društva, kao i na svim našim oglasnim pločama.

## Informacijske tehnologije u 2020. godini

Digitalna transformacija u Atlantic Grupi uspješno je nastavljena na temeljima koji su uspostavljeni prethodnih godina. Pristup se temelji na sinkroniziranom razvoju procesnog okruženja, implementaciji plana informacijske i komunikacijske tehnologije, metodologiji upravljanja projektima na razini Grupe te nužnim organizacijskim promjenama. U području optimizacije procesa, većina napora bila je usmjerena na projekt redizajna poslovnih procesa (BPR). Glavni cilj projekta bio je provesti kritički pregled postojećih procesa u kompaniji u odnosu na najbolje svjetske prakse, kao preduvjet za ekstenzivnu digitalizaciju poslovanja koja će uslijediti.

Prva faza BPR projekta, koja se bavila redizajnom i harmonizacijom poslovnih procesa, okončana je u ljeto 2020. Sastojala se od 120 radionica na kojima je sudjelovalo preko 250 zaposlenika. Rezultat je dizajn i pregled skoro 290 procesa. Za završetak prve faze bilo je potrebno 11 mjeseci, a provedena je u suradnji s međunarodnom konzultantskom tvrtkom Horvath & Partners. Projekt je proveden u skladu s rokovima i planiranim opsegom. Takvo izvršenje projekta, unatoč nepovoljnim uvjetima pandemije i snažnog potresa u Zagrebu, potvrdilo je da online način rada može dobro funkcionirati i u slučaju projekata složene strukture. Kao dodatna mjera potpore učinkovitosti procesa, kompanija je odlučila osnovati organizacijsko tijelo za upravljanje procesima, koje je postalo dio Odjela za upravljanje projektima i procesima.

Nakon uspješnog završetka prve faze BPR projekta, AG je nastavio razvijati svoju procesnu i operativnu učinkovitost pokretanjem 4 strateška projekta: Implementacija BPR-a, Upravljanje matičnim podacima (MDM), Integrirano poslovno planiranje te uvođenje novog ERP sustava – S4 Hana SAP. Upravljanje matičnim podacima je okvir procesa i tehnologija usmjerenih na stvaranje i održavanje pouzdanog, održivog, točnog i sigurnog podatkovnog okruženja koje čini „jedinствeni izvor istine“ za matične podatke i njihove odnose. To se postiže kroz implementaciju i upravljanje novim autoritativnim sustavom za evidentiranje i precizno upravljanje podacima.

Integrirano poslovno planiranje je prošireni oblik Planiranja prodaje i operacija (S&OP) koji strateške ciljeve u vezi profitabilnosti povezuju s kratko- i srednjoročnim odlukama o operativnom planiranju, na temelju novih tehnologija i alata koji su sad dostupni na tržištu te kompatibilni s postojećim tehnološkim okruženjem AG-a. Tim će pristupom kompanija povezati financijske i operativne podatke u cijeloj organizaciji povezivanjem strateških planova s prodajnim, operativnim i financijskim planovima. Implementacija S/4HANA ERP započela je definiranjem globalnog predloška na temelju rezultata BPR projekta. Implementacija prvih projekata planirana je u 2021., dok su datumi pokretanja predviđeni u siječnju 2022.

U području informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT), unatoč snažnim izazovima pandemije, svi su glavni ciljevi uspješno ostvareni. To je zahtijevalo simultano upravljanje novim operativnim pitanjima uz istodobnu provedbu projekata tehnološkog razvoja i poboljšanje razine usluge.

Već implementirani koncept hibridnog oblaka i povezana konsolidacija tehnologije bili su važan preduvjet za brzi i neometani prelazak većine IT korisnika na rad na daljinu (ured kod kuće). Kao odgovor na nove izazove, posebna je pažnja posvećena svim aspektima rada na daljinu, uključujući platforme za suradnju, dostupnost IT usluga za udaljene korisnike te sigurnosna pitanja. Koncept unificiranja komunikacija nadograđen je u svrhu podrške poslovanju u novom okruženju, pa su, pored svih funkcija *Skype for Business*, uvedeni *MS Teams* i *Skype for Business Broadcasting*. Računalna snaga osnovne infrastrukture je u 2020. podignuta za 40% kroz ulaganja u dodatne resurse servera te dodatni kapacitet za pohranu i sigurnosne kopije. Kad je riječi o mreži, kapacitet mrežnih poveznica povećan je na većini lokacija.



Okolnosti pandemije zahtijevale su kontinuirani razvoj u području IT sigurnosti, što je uključivalo nove alate koji se temelje na strojnom učenju, zajedničke procese te uvođenje non-stop dostupnog Centra za sigurnosne operacije (SOC). Sustavi podrške proizvodnji u različitim pogonima unapređuju se kroz projekte posvećene podizanju učinkovitosti, pouzdanosti i fleksibilnosti proizvodnih pogona.

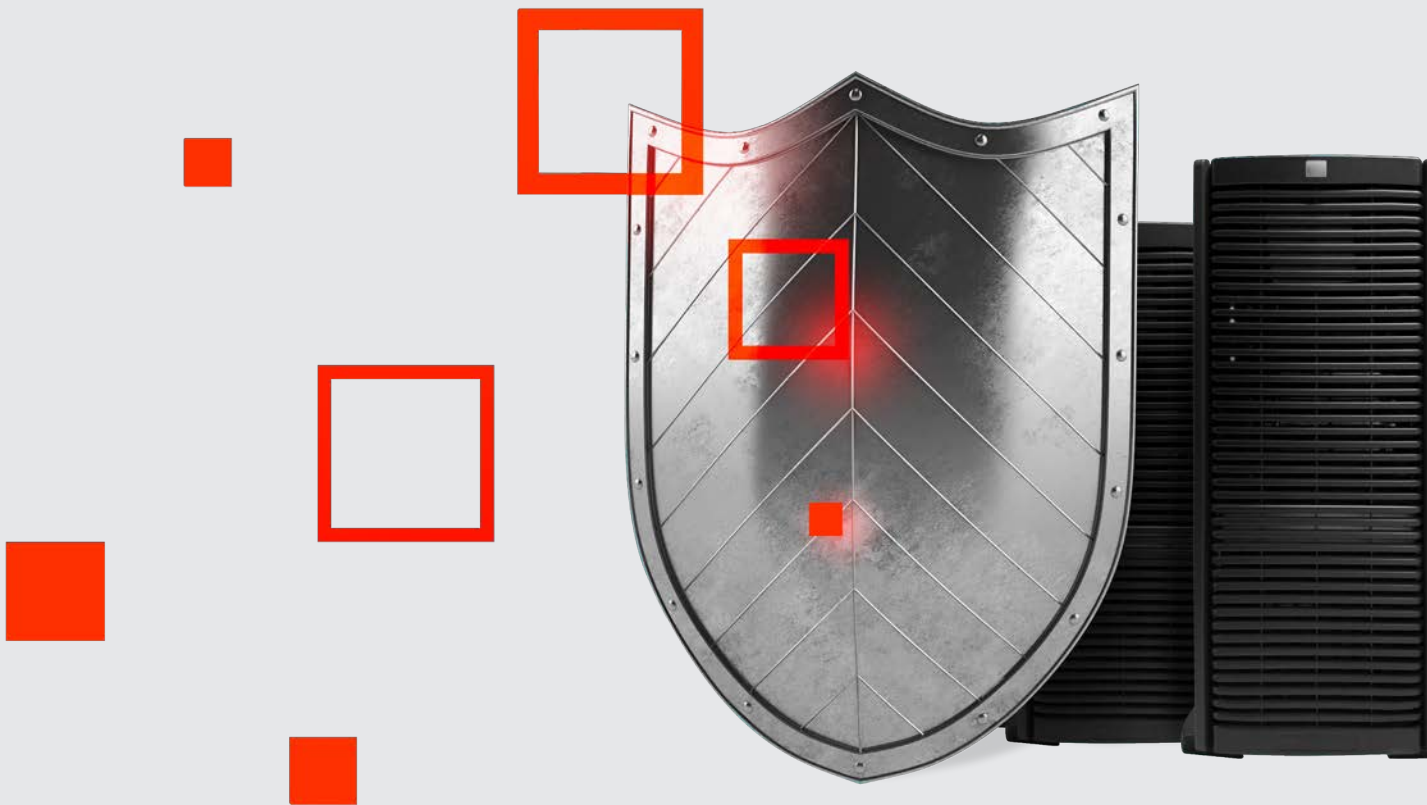
Rezultatima cjelokupnog IT okruženja, uključujući perspektivu usluge/korisnika za sve poslovne aplikacije, upravlja se kroz provedbu projekta IT praćenja, dok je pažnja posvećena iskustvu kupaca i zadovoljstvu korisnika dovela do znatnog smanjenja incidenata te vremena za rješavanje zahtjeva. Kad je riječ o IT sustavima poslovne podrške, restrikcije putovanja i epidemiološka ograničenja, kao i revizija proračuna u drugom kvartalu 2020., dovele su do odgađanja nekih projekata. Međutim, unatoč potencijalnim izazovima rada na daljinu i suradnje preko interneta, ostvareni su značajni uspjesi. U nastavku navodimo glavna postignuća.

U području distribucije, nakon provedbe Projekta digitalizacije otpreme u Strateškom distributivnom području (SDP) Hrvatska u 2019., tijekom svibnja završeno je uvođenje istog Projekta u SDP Srbija. U SDP Hrvatska optimiziran je prostorni raspored skladišta, poboljšana obrada ulaznih paleta te uvedeno novo rješenje za optimizaciju zaliha. U SDP Slovenija uvedeno je standardno grupno rješenje za mobil-

nu prodaju i marketing. Projekti unaprjeđenja planiranja proizvodnje i zaliha provedeni su u Izoli i Sarajevu. U području strateške nabave uvedeno je rješenje SAP Ariba, koje obuhvaća module za analizu nabave i potrošnje. Interna učinkovitost je podignuta kroz projekt EDI (elektronička razmjena podataka), u okviru kojeg su povezani svi interni dionici, dok je istodobno uspješno pridruženo i nekoliko velikih vanjskih klijenata.

Napori u vezi s RPA (robotska automatizacija procesa), koji su započeti 2019., nastavljeni su tijekom 2020. uz implementaciju novih procesa i uvođenje nekoliko postojećih na nova tržišta. Proces razvoja novih proizvoda (NPD) ojačan je redizajniranjem svih procesa i uvođenjem grupnog alata, čime je ostvarena veća transparentnost, učinkovitost i agilnost te skraćeno vrijeme potrebno za izlazak na tržište.

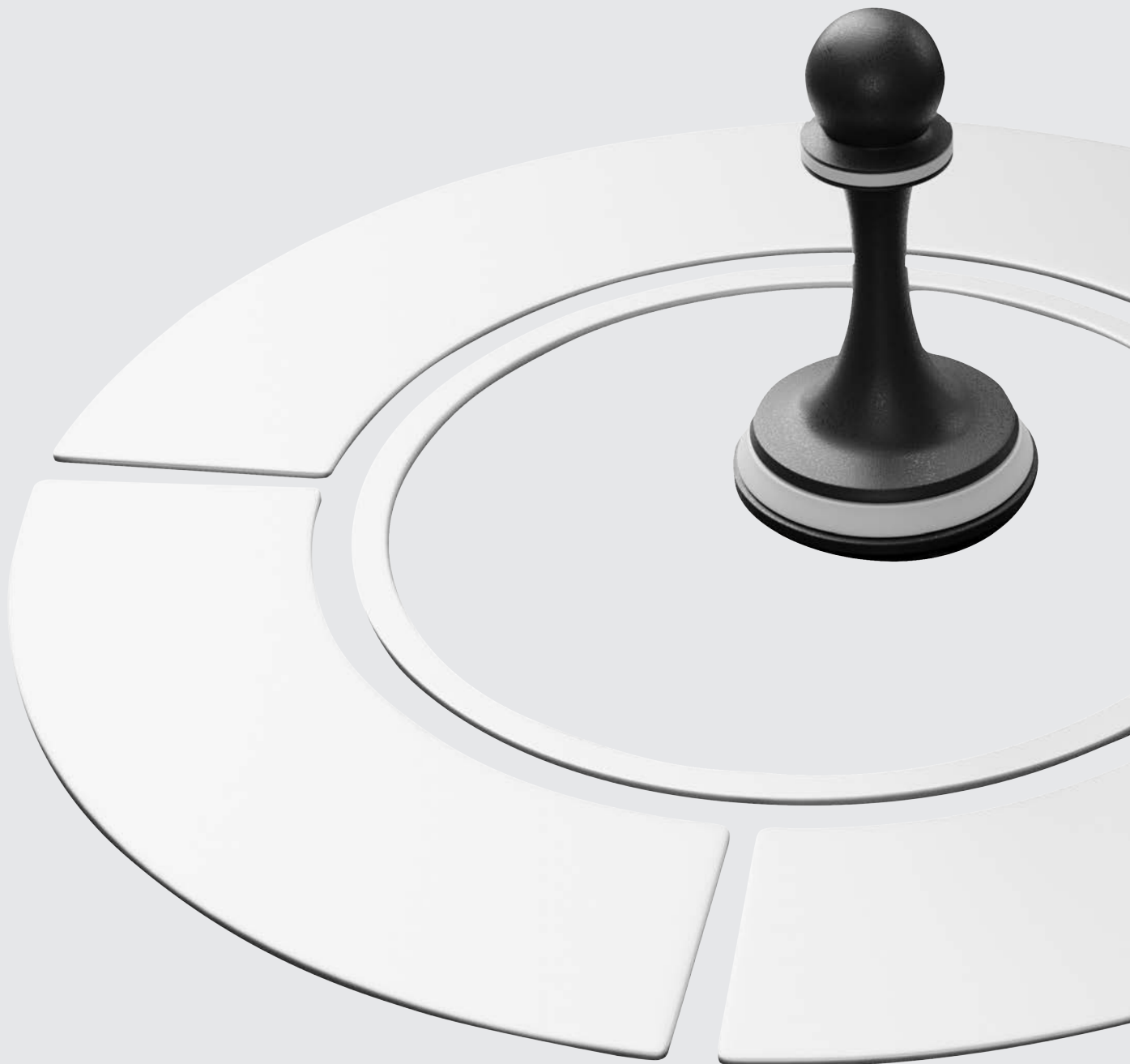
Kompanija je odlučila uvesti novo korporativno rješenje za obračun osobnih dohodaka zaposlenika, u prvoj fazi na tržištu Srbije gdje je tijekom godine izvršena i uspješna implementacija rješenja. Konačno, u sklopu sveukupnih napora za pružanje učinkovite usluge internim korisnicima, Atlantic je na tržištu Slovenije uveo interni „chatbot“, čime je našim zaposlenicima omogućeno da brzo dobiju odgovore na pitanja u vezi s ljudskim resursima i COVID-om.





# Operativno poslovanje Atlantic grupe

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNO PODRUČJE



barcaffé



ULJEPŠAVA  
NAM DANE VEĆ

50  
GODINA

## Strateško poslovno područje Kava

Strateško poslovno područje Kava (SPP Kava) je i u ovoj izazovnoj godini uspješno poslovalo i zadržalo vodeće tržišne pozicije u regiji. Atlantic Grupa je vodeći proizvođač kave u regiji i tržišni lider u kategoriji svježe mljevene pržene kave na tržištima Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine, te Makedonije. Temelji za vodeću poziciju su snažan proizvodni portfelj, regionalni "know-how", te fleksibilna organizacija poslovanja kao i kvalitetan asortiman u kategorijama svježe mljevene pržene, instant i espresso kave. Vodeći brendovi SPP Kava su Barcaffè, Grand kafa i Bonito.

U 2020. godini SPP Kava je ostvarila 1.107 milijuna kuna prihoda od prodaje, što predstavlja 21% ukupnog prihoda Grupe. Ključna tržišta u 2020. godini su bila Srbija s 45% prihoda od prodaje i Slovenija s 29% prihoda od prodaje, zatim slijede Bosna i Hercegovina s 9%, Hrvatska s 8% i Makedonija sa 6% učešća u ukupnim prihodima od prodaje. Izvoz na preostala tržišta u 2020. godini je ostvario rekordni rezultat s vrijednosnim porastom od 20% u odnosu na prethodnu godinu.

U skladu sa strateškim prioritetima ključni fokus je na kategoriji svježe mljevene pržene kave gdje je Atlantic Grupa u rastućoj kategoriji ostvarila dodatni rast. Na rast tržišnih udjela i zadržavanje vodećih pozicija utjecale su i snažne marketinške kampanje i brojne aktivacije na svim tržištima, razvoj novih proizvoda te konsolidacija i rebrendiranje postojećih.

U Srbiji je Atlantic Grupa zadržala vodeću poziciju uz rastući tržišni udio u segmentu svježe mljevene pržene kave s 53,9%<sup>1</sup> tržišnog udjela. U kategoriji svježe mljevene pržene kave, Grand kafa je zadržala poziciju brenda broj jedan s 35,4%<sup>1</sup> tržišnog udjela, dok se Bonito učvrstio na drugom mjestu s 18,4%<sup>1</sup> tržišnog udjela prestigavši glavnog konkurenta.

U Sloveniji je Atlantic Grupa zadržala i dodatno ojačala snažnu, apsolutno vodeću poziciju na tržištu kave. Za Barcaffè je to bila izvanredna godina, u kojoj je robna marka slavila 50 godina postojanja, a bila je rekordna godina i po mnogim drugim aspektima. Barcaffè je ostvario rekordan 80%<sup>1</sup> tržišni udio u segmentu svježe mljevene pržene kave.

U Hrvatskoj, brend Barcaffè je u 2020. godini u kategoriji svježe mljevene pržene kave zauzeo drugu poziciju na tržištu sa 17,6%<sup>1</sup> tržišnog udjela te ostvario rekordne prodajne rezultate.

U novoj komunikacijskoj platformi „Hajde da imamo vremena“ Grand kafa je poručila da kroz uživanje u šalici omiljene kave posvetimo vrijeme sebi i najbližima. Nova kampanja je odlično prihvaćena, a krajem godine osvojila je dvije prestižne nagrade Udruženja za tržišne komunikacije Srbije. Za 50. obljetnicu robne marke Barcaffè osvježen je vizualni identitet brenda, redizajniran logotip i pakiranje proizvoda. Na taj su način postignuti dosljednost i jasnoća brenda u svim kategorijama i kanalima kave, čineći Barcaffè modernijim i svježim. Poduzeti su novi koraci prema održivijoj ambalaži uvođenjem nove ekološke folije koja ne sadržava aluminij, prvo na proizvodu Barcaffè Bio. Povodom 50. obljetnice, tržištu je ponuđena nova limitirana kava, u posebnom pakiranju koja predstavlja počast svim ženama u svijetu kave. Nakon dugogodišnje pauze i brend Bonito u Srbiji je lansirao redizajn prepoznatljive komunikacije koja je donijela brz rezultat s rastućim tržišnim udjelom na štetu glavnog konkurenta.

Za Barcaffè Espresso, s obzirom da se radi o segmentu koji je usko vezan uz HoReCa kanal te restrikcijama kojima je ovaj kanal podlijegao zbog pandemije kroz 2020. godinu, napravljena je izvrsna priprema za poslovanje u 2021. godini, prvenstveno integracijom društva Vivas i akvizicijom društva Procaffè, jednog od najvećih proizvođača i distributera u espresso kategoriji u Hrvatskoj. Na taj način osnažili smo poziciju na hrvatskom tržištu te smo sada prisutni u dodatnih 1.300 ugostiteljskih objekata, što je odlična podloga za budući rast. Barcaffè gradi poziciju regionalnog lidera i eksperta transformacijom vizualnog identiteta, unapređenjem nastupa na tržištu i akvizicijom prestižnih HoReCa kanala.

<sup>1</sup> Izvor: AC Nielsen Report, studeni 2020., vrijednosni tržišni udio



ROBNA MARKA BARCAFFÈ  
SLAVILA JE

# 50 godina

POSTOJANJA

# 1.107 mil.

KUNA PRIHODA OD  
PRODAJE OSTVARILO JE  
SPP KAVA





U skladu s novim trendovima potrošnje, SPP Kava snažno razvija Barcaffé&Go, moderan i popularan koncept koji pruža slobodu kretanja zajedno s izvrsnom kvalitetom Barcaffé espressa. U 2020. godini je ostvaren rast volumena od 34% u regiji u odnosu na prošlu godinu.

Barcaffé Espresso je ponovno prepoznat na Međunarodnom natjecanju (Internacional Coffee Tasting), gdje je osvojio dvije zlatne medalje za svoje blendove Barcaffé Divino i Barcaffé Prestigio. U segmentu instant kave Atlantic Grupa je pod brendovima Insta Grand i Barcaffé relansirala svoj portfelj. Unaprijedni proizvodi u novom pakiranju, podržani atraktivnom marketinškom kampanjom, su dočekani odličnim reakcijama potrošača i kupaca. Povećana prodaja i tržišni udio potvrđuju ambiciju Atlantic Grupe za rast u ovom segmentu.

Black 'n' Easy (BnE) je 2020. godine obogatio svoj dosadašnji portfolio novim proizvodom – Black 'n' Easy Strong. Ove godine uspješno je nastavljena kreativna platforma Prava turska, budi za minut. Prema Ad Tracker mjerenjima, BnE TV reklame u okviru ove platforme su i dalje ocijenjene kao najbolji primjer učinkovite komunikacije u regiji i u okviru Atlantic Grupe.

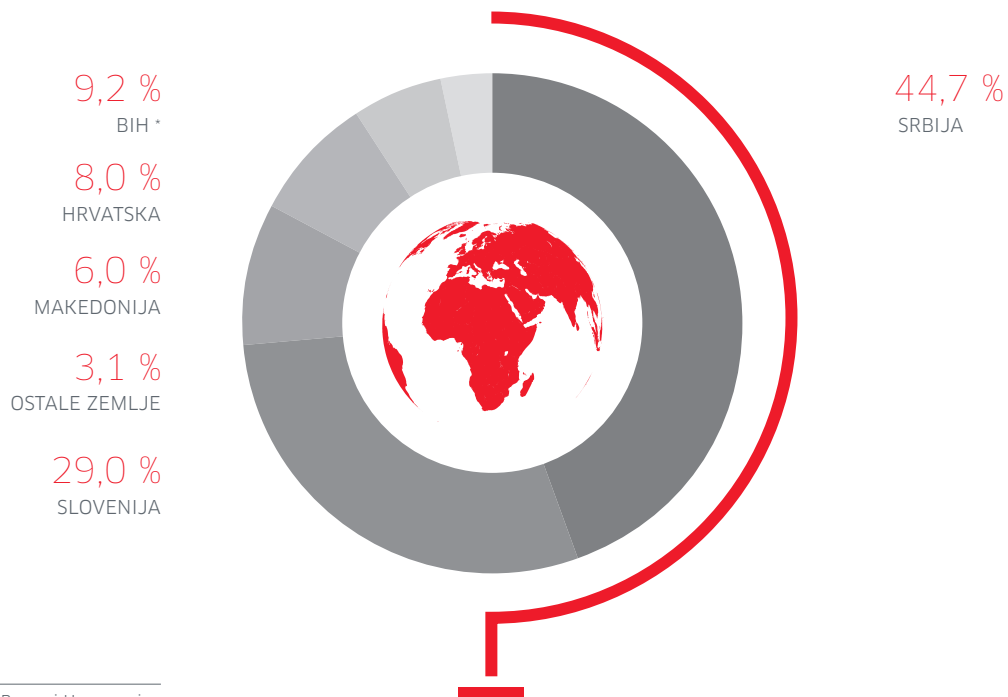
Barcaffé Perfetto kapsule su u prvoj godini nakon lansiranja pokazale odlične rezultate u svim zemljama regije. Pratili smo i osluškivali potrebe potrošača, pa je portfelj kapsula kompatibilnih s Dolce Gusto aparatima obogaćen s još jednim okusom, Barcaffé Perfetto Lungo. Barcaffé Perfetto kolekcija upotpunjena je novim šalicama modernog dizajna, a sve u cilju potpunog korisničkog iskustva i pružanja jedinstvenog osjećaja uživanja u savršenom espresso.

U 2020. godini kapitalna ulaganja su iznosila 40 milijuna kuna. Najveći udio je bilo posvećen modernizaciji proizvodnje na svim proizvodnim lokacijama. Najveće pojedinačne investicije odnose se na novu proizvodnu liniju za instante u Srbiji, novu pakirnu liniju za espresso u Sloveniji i ulaganja u On The Go segmentu.

Tržište sirove kave u prvoj polovini 2020. godine je obilježeno istim nivoom cijena kave kao u 2019. godini, prvenstveno zbog očekivanja rekordne berbe u Brazilu, a potom i uslijed smanjene konzumacije sirove kave na svjetskom nivou izazvane COVID-19 krizom. Globalno, konzumacija kave je pala u HoReCa kanalima, dok se konzumacija kod kuće povećala. U drugoj polovini 2020. godine trend se preokrenuo s rastom cijene sirove kave zbog očekivane manje berbe u 2021. godini i nepovoljnih vremenskih uvjeta. Stoga smo pred kraj godine imali ozbiljan skok cijene kave. Ipak aktivno upravljanje cijenom kave je imalo značajno povoljniji rezultat na cijene repromaterijala u odnosu na prethodnu godinu.

S čvrstim temeljima u definiranoj strategiji, SPP Kava nastavlja očuvanje liderskih tržišnih pozicija u okviru kategorije svježe mljevene pržene kave istovremeno se fokusirajući i na postizanje što većeg udjela u rastućim kategorijama espresso kave, instantna i On The Go segmentu.

## Prodaja po zemljama



## Prodaja po kategorijama





ARGETA®

Kosjerićka  
pastrmka

- ✓ Bez pojačivača arome
- ✓ Bez konzervansa
- ✓ Bez veštačkih boja



ARGETA®

Gacka  
pastrva

- ✓ Bez pojačivača arome
- ✓ Bez konzervansa
- ✓ Bez umjetnih bojila





## Strateško poslovno područje Delikatesni namazi

2020. godina bila je izazovna u svakom pogledu, ali smo je stvarno iskoristili na najbolji način jer smo ju završili s rastom od 9% tijekom prošle godine u regiji. Istovremeno smo ojačali našu vodeću poziciju na regionalnim tržištima uz rast volumnog tržišnog udjela u svim ključnim državama. U Srbiji smanjujemo jaz u odnosu na tržišnog lidera i jačamo poziciju tržišnog izazivača. Godina 2020. bila je i godina novih prodajnih rekorda unatoč izostanku inozemnih potrošača i slaboj ljetnoj sezoni te izostanku uobičajenog vrhunca prodaje u regiji. Rekordna prodaja, poput one u Bosni i Hercegovini gdje smo prodali preko 3.500 tona, ostvarena je i u Sloveniji, Hrvatskoj, Srbiji te Kosovu. U 2020. godini SPP Delikatesni namazi ostvarilo je 836 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 15% u odnosu na prethodnu godinu.

COVID-19 nas je sve iznenadio, ali smo brzo reagirali te svoje marketinške i prodajne planove i komunikaciju prilagodili novoj stvarnosti. Kriza može biti i veliki potencijal za nove poslovne ideje, a pokrenula je i novi društveno odgovorni projekt pružanja potpore i pomoći malim lokalnim uzgajalištima riba koja su izgubila veći dio prihoda uslijed zatvaranja zbog COVID-19. Otkupili smo višak pastrve s 3 farme iz Slovenije, Hrvatske i Srbije te stvorili nove namaze od ribe u ograničenom izdanju: Posoška pastrva, Gacka pastrva i Kosjerička pastrva, koje su lansirane u Sloveniji, Srbiji i Hrvatskoj u okviru ekskluzivnog partnerstva s Mercatorom i Konzumom. U Kosovu, Sjevernoj Makedoniji i BiH proveli smo još jednu CSR kampanju u kojoj smo organizirali mjesec dobrih djela uz početnu donaciju reprezentativnim medicinskim ustanovama i humanitarnim organizacijama. Na ta tri tržišta motivirali smo više od 7.200 ljudi da „šire dobro“ i drže se zajedno u teškim vremenima.

Uspjeh Argete u velikoj se mjeri proširio i ubrzao na međunarodnim tržištima koja su porasla za 31% u 2020. Ojačali smo našu vodeću poziciju na dva ključna međunarodna tržišta. U Austriji smo porasli za 1,5 p.p. u volumnom tržišnom udjelu i postigli 39,2% vrijednosnog tržišnog udjela uz rastuću penetraciju i lojalnost brendu. U Švicarskoj smo ostvarili indeks od 110 (volumni). Novi rekord prodaje ostvaren je u Njemačkoj, gdje je 2020. postignuta važna prekretnica u razvoju masovnog tržišta. Njemačka je kao tržište rasla s indeksom od 132 (volumni) u 2020. U Rusiji je postignuta rekordna prodaja te smo godinu završili s 59% većom prodajom u odnosu na prošlu godinu, a glavni pokretač rasta bio je rast distribucije u 2 najveća maloprodajna lanca, X5 i Tander. U skladu s našom strategijom internacionalizacije, Argeta je trenutno prisutna na 33 tržišta, pri čemu planira još više proširiti svoj doseg u budućnosti.



# ARGETA

## montana<sup>+</sup>

DELIKATESNI NAMAZI  
OSTVARILI SU RAST OD

# 15%

U ODNOSU NA 2019. GODINU

U BIH OSTVARENA JE  
REKORDNA PRODAJA OD

# 3.500 tona

ARGETA JE TRENUTNO  
PRISUTNA NA

# 33 tržišta





Osim toga, tijekom 2020. razvijen je novi dizajn ambalaže koji je predstavljen početkom 2021. Njime smo unaprijedili i ojačali osjećaj visoke kvalitete brenda Argeta i njegovih proizvoda. U 2020. Argeta je i pokrenula potpuno novu komunikacijsku platformu s ključnom porukom: „Život je ono što od njega napravimo. Širimo dobro.“ Kampanja je predstavljena kupcima i potrošačima na više od 20 tržišta diljem Europe. Budući da smo svjesni odgovornosti koju nosimo kao brend s internacionalnom dimenzijom, aktivno ulažemo u postizanje ciljeva održivosti. „Širimo dobro“ je naš program održivosti koje je pokrenut 2020., a u okviru kojeg se primjenjuje filozofija širenja najboljeg za sve u našem proizvodnom području, kao i u širem smislu. Obveze našeg programa održivosti podijelili smo na tri ključna područja: obveza prema korisnicima, obveza prema okolišu i obveza prema društvu u cjelini.

Kulinarsku priču Argete Exclusive u 2020. napisali su braća Vračko. Također, u 2020. Gregor Vračko dobio je svoju Michelinovu zvijezdicu. U ovoj smo kampanji otišli korak dalje i predstavili prvo zvučno-okusno iskustvo – uz pomoć znanosti pretvorili smo okus u zvuk.

U segmentu Junior osvježili smo identitet brenda Junior. Razvili smo novi dizajn ambalaže i komunikacijsku platformu. U 2020. smo nadogradili postojeće e-knjige Junior te po prvi put uveli platformu Junior s obrazovno-zabavnim sadržajima. Digitalna platforma namijenjena je djeci u dobi od 4 do 10 godina i njihovim roditeljima, a nudi 5 različitih prilagođenih sadržaja – od već poznatih interaktivnih e-knjiga do samostalnih igara, izazova, interaktivnih zadataka i kreativnih radnih listova. Platforma Junior avanture predstavlja svježi pristup koji osigurava laku interakciju s pačićem Juniorom i Argetom Junior u cilju kontinuirane izgradnje imidža brenda i top-of-mind pozicije Argete Junior. U Srbiji i BiH lansirali smo proizvod Junior Krem-Tuna (pašteta od tune s 20% mliječnog namaza), a u Njemačkoj proizvod Junior Kikikrem (pileća pašteta sa 20% mliječnog namaza). Sve navedene aktivnosti izazvale su ogromnu reakciju potrošača, ostvarile visoke razine angažiranosti i ojačale lojalnost prema brendu primjenjujući pristup usredotočenosti na potrošače.



U 2020. Argetina postignuća prepoznata su i od šire marketinške zajednice. Atlantic Droga Kolinska je drugu godinu zaredom nagrađena kao „Oglašivač godine“ od strane Slovenske komore oglašivača (SOZ). Argeta je dala znatan doprinos dobivanju ove nagrade. Nadalje, Argeta je osvojila dvije Netko nagrade – za „Najbolji Netko projekt“ i „Najbolju Netko prezentaciju proizvoda ili usluge“.

Kad je riječ o kretanjima cijena sirovina i ambalaže, zabilježili smo povećanje prosječnih cijena od 1% u odnosu na 2019. godinu. Također smo zabilježili rast cijena sirovina od 4%, dok su cijene ambalaže pale za 2%. Potonje je važno jer ambalaža predstavlja „najaču“ kategoriju nabave u vrijednosti od 158 milijuna kuna.

Kapitalna ulaganja u 2020. iznosila su 32 milijuna kuna. Najvažnije ulaganje odnosilo se na novi format ambalaže za paštetu od 95 g. Nova ambalaža sada sadrži 2x7 komada u jednoj kutiji. Zbog situacije s COVID-om 19 morali smo odgoditi projekt zamjene proizvodne linije za paštetu od 95 g u Izoli s ožujka 2020. na veljaču 2021.

## Prodaja po zemljama

20,2 %  
OSTALE ZEMLJE

3,9 %  
ŠVICARSKA

7,3 %  
MAKEDONIJA

8,0 %  
AUSTRIJA

8,8 %  
NJEMAČKA

10,7 %  
HRVATSKA



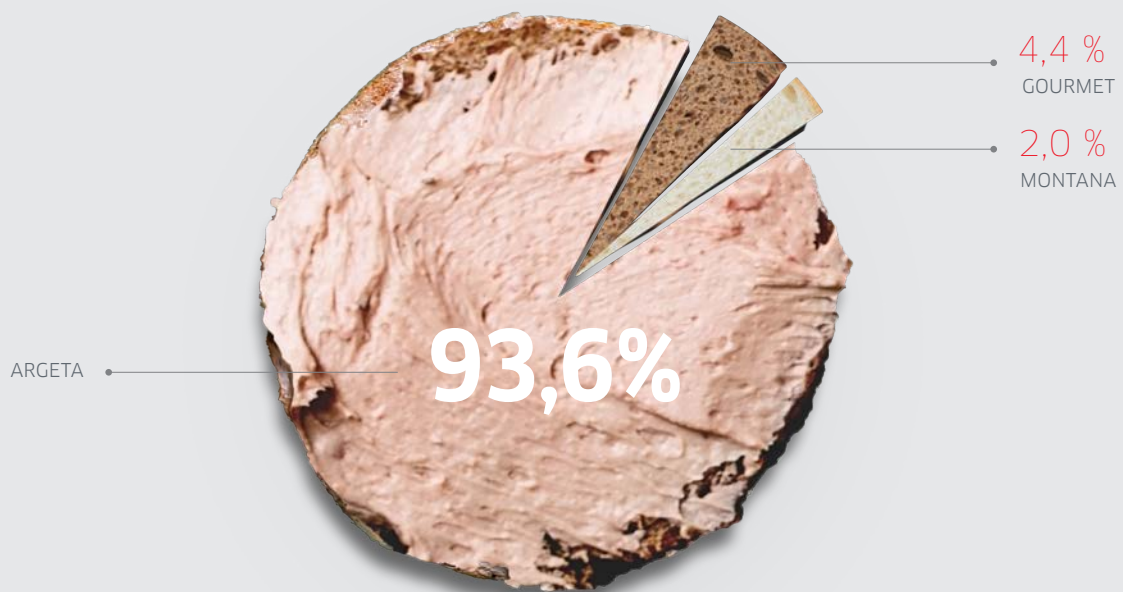
16,4 %  
BIH\*

13,4 %  
SLOVENIJA

11,3 %  
SRBIJA

\* BiH Bosna i Hercegovina

## Prodaja po kategorijama





## Strateško poslovno područje Slatko i slano

Strateško poslovno područje Slatko i Slano (SPP Slatko i Slano) posluje pod pravnim imenom Atlantic Štark d.o.o. s 875 zaposlenih na proizvodnim lokacijama u Srbiji (Beograd i Ljubovija).

Slatki proizvodni program obuhvaća kategorije čokolada, čokoladnih proizvoda, keksa, čajnih peciva i vafla, dok slani proizvodni program čine grickalice tipa ekstrudiranih proizvoda (flips) i slanog trajnog peciva (štapići).

SPP Slatko i slano u 2020. godini bilježi prihode od prodaje od 644 milijuna kuna što predstavlja blago niži rezultat u odnosu na prethodnu godinu (-5%). Geografska struktura ostaje bez bitnije promjene uz dominaciju tržišta Srbije s vrijednosnim učešćem od 65%. Rast postižu Slovenija (26%) i tržišta van Adria regije. Ukidanjem carinskih ograničenja ostvaren je povratak na tržište Kosova. Započeta je suradnja s novim kupcem u Rusiji, tržištu prepoznatom kao značajan potencijal za plasman u narednom periodu. U Srbiji je otvoren novi kanal prodaje suradnjom s Glovo i Wolt dostavnim kućama uz on-line narudžbe, a maloprodajna mreža Atlantic Štarka proširena je otvaranjem prve prodavaonice na teritoriju grada Niša.

Rast prodaje slanijih kategorija flipsa (Smoki 11%) i štapića (Prima 5%) uz istovremeni pad slatkog programa za 12% uvjetovao je izmjenu strukture proizvodnog programa.

Uspjeh Smokija očitava se i u poboljšanju tržišne pozicije na srpskom tržištu uz povećanje vrijednosnog tržišnog udjela. U godini teških tržišnih izazova, odlične rezultate postižu i proizvodi pogodni za izradu domaćih poslastica Menaž i Petit Beurre (rast od 7% odnosno 4%).

Ključni faktor koji je utjecao na prodajne rezultate 2020. je pandemija COVID-19. Restriktivno radno vrijeme prodavaonica, ograničenje u kretanju stanovništva kao i neočekivane životno-poslovne okolnosti značajno su izmijenile potrošačke navike u kupovini i konzumaciji konditorskih proizvoda. Primijećena je smanjena konzumacija van kućanstava, destimuliranje impulsnih kupovina, manja frekvencija nabavki, skraćeno vrijeme posvećeno kupovini i sužavanje fokusa na osnovne životne namirnice. Istovremeno, pad kupovne moći i duži boravak u zatvorenom obiteljskom okruženju uz brigu o osobnom zdravlju doveli su do ekspanzije tzv. kulinarskog trenda, odnosno povećane pripreme hrane, naročito poslastica, u domaćinstvu. Navedene promjene različito su se reflektirale na pojedine segmente portfelja, posebno negativno na kategorije čokolada, keksa i vafla. Na uočene izazove i prilike odgovoreno je integriranim marketinško-prodajnim naporima s uporištem u brendovima već izgrađenog stabilnog kredibiliteta kod potrošača.

Pojačana konzumacija u domaćinstvu inspirirala je lansiranje većih pakiranja (Smoki i Bananica) i nutritivno atraktivnijih proizvoda (Prima grissini). Otežani uvjeti kupovine zahtijevali su taktičku obranu na mjestu prodaje pojačanim nadzorom pozicioniranja, a konkurentnost je podržavana cjenovno motiviranim akcijama.

Kontinuitet u lancu nabave i organizaciji složenog proizvodnog procesa održan je usprkos pandemijskim izazovima. Nizom operativnih mjera proizvodni rad je prilagođen novim uvjetima, s fokusom na očuvanje zdravlja zaposlenih i izradi kvalitetnog proizvoda u zadanim rokovima isporuke.

Tijekom 2020. godine u prometu je bilo 408 artikala. Restrukturiranjem portfelja godina je završena s 217 aktivnih artikala. Lansirano je 109 novih artikala, od toga 16 novih receptura. Pandemija nije suzbila inovativne ambicije već ih preusmjerila na artikle kojima se odgovara izmijenjenim zahtjevima tržišta i brane prodajni rezultati brendova, cjenovno napadnutim od strane konkurencije.

Smoki je kvalitetno iskoristio period za nama. Godina je otvorena lansiranjem novih proizvoda u velikim i inovativnim pakiranjima s primamljivim HOT challenge konceptom za mlade. Tokom ljeta, pažnja potrošača je zadržana lansiranjem limitiranog izdanja grčkih ukusa. U završnici godine hrabro se zakoračilo u najbrže rastući segment slanog snack-a lansiranjem Smoki MIX pakiranja s Tortiljom uz podršku nove komunikacijske platforme »Smoki Nema greške!«



# 16

NOVIH RECEPTURA  
LANSIRANO JE TOKOM  
2020. GODINE

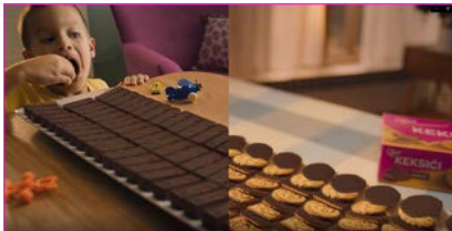


Tijekom godine, rezultat Prime je taktički obranjen na mjestu prodaje. U posljednjem kvartalu lansiran je segment Prima grissini koji se oslanja na trendove pojačanog interesa za zdravije proizvode. Većina brendova slatkog programa, ugrožena je negativnim utjecajem pandemije. Impulsna kategorija barova je posebno osjetljiva na izostanak konzumacije van kuće (Out of Home, OOH), prije svega školske populacije. Predstavnik kategorije, Bananica, odgovorio je na uočene trendove u drugom polugodištu osvježjenjem dizajna, pokretanjem nove komunikacijske platforme »Kada želiš sreću da deliš!« i lansiranjem novih većih pakiranja - Mini Bananice 60g i 150g.



Kategorije čokolada, keksa i vafila najosjetljivije su na zamjenu industrijskih deserta, poslasticama pripremljenim u domaćinstvu. Na njihove lošije prodajne performanse također je utjecalo smanjenje impulsnih kupovina i kupovina za poklon. Lansirani noviteti donekle su ublažili negativne efekte: Najlepše Želje (recepture inspirirane poznatim kolačima tiramisu i jabuka & orah), Duet Keksići (višnja) i Nela (cheesecake).

Izuzetak u slatkim programu čine proizvodi kojima pogoduje ekspanzija kulinarskog trenda jer mogu biti upotrijebljeni u kućnoj izradi poslastica (Menaž, Petit Beurre, Piškote).



Realizirano je 12 integriranih kampanja za sve strateške brendove, a posebno pozitivne reakcije izazvale su kampanje Najlepše želje »Pokreni pažnju« početkom pandemije zbog humanog aspekta poruke o podršci onda kada je to od životnog značaja i adaptacija Smoki kampanje »Prihvati izazov, grickaj kod kuće« u sklopu apela za socijalno odgovorno ponašanje.

**#pokrenipažnju**  
**#pokrenipodršku**

[www.pokrenipaznju.com](http://www.pokrenipaznju.com)

Ulaganje u brendove koji ostaju atraktivni generacijama ljubitelja slatkiša i slanica prepoznato je od strane javnosti i tokom protekle godine. Istraživanje preferencija mladih »Serbia youth awards« visoko je pozicioniralo brendove Smoki (1.mjesto u kategoriji »slano«) i Najlepše Želje (3. mjesto u kategoriji »slatko«), a kampanja za Bananicu »Kada želiš sreću da deliš« nagrađena je od strane UEPSa brončanom medaljom za integriranu kampanju u kategoriji hrane.

Posebno je važan certifikat prema zahtjevima IFS FOOD standarda verzija 6.1 HIGH level (pogon Ljubovija). To je potvrda ustrajnosti proizvođača u kontinuiranoj dostavi sigurnog i kvalitetnog proizvoda do tržišta. Efekti implementacije IFS su ojačano povjerenje potrošača uz istovremeno bolju troškovnu efikasnost proizvodnog procesa.

Kapitalni projekti u 2020. godini iznosili su 45 milijuna kuna. Najznačajnija pojedinačna investicija je najmodernija linija za proizvodnju čokolade Aasted s pratećom infrastrukturom. Oprema omogućava proizvodnju čokoladnih proizvoda raznovrsnih struktura i oblika. Protekle godine ovo je bilo najzahtjevnije investicijsko ulaganje u financijskom i organizacijsko - tehničkom smislu, a izrazito je bitno kao preduvjet budućeg razvoja strateške kategorije čokolada.





## Prodaja po zemljama

4,8 %  
OSTALE ZEMLJE

4,0 %  
HRVATSKA

4,1 %  
SLOVENIJA

4,8 %  
MAKEDONIJA

5,1 %  
CRNA GORA

12,5 %  
BIH \*

64,7 %  
SRBIJA



\* BIH Bosna i Hercegovina

## Prodaja po kategorijama

SLATKI PROGRAM

59,1%

40,9%

SLANI PROGRAM



# CEDEVITA<sup>®</sup>

UKUS GENERACIJE CE



## Strateško poslovno područje Pića

Strateško poslovno područje Pića (SPP Pića) aktivno je u različitim kategorijama proizvoda kao što su bezalkoholna pića voćnog okusa, gazirana pića cola okusa, gazirane i negazirane vode te komprimati (bomboni). Cedevisa, Cockta, Kala, Kalnička, Jupi, Tempel, Karađorđe te Cedevisa komprimati i Puc Puc, brendovi su koje SPP Pića realizira na četiri proizvodne lokacije, dvije u Hrvatskoj, te po jednu u Sloveniji i Srbiji.

Prošlogodišnja globalna pandemija vezana uz virus COVID-19 imala je veliki utjecaj na poslovanje SPP Pića. Najveći je utjecaj imalo zatvaranje ugostiteljskih objekata, zatim mijenjanje navika potrošača radi smanjene mobilnosti (s konzumiranja proizvoda u pokretu i van kuće na konzumiranje unutar kućanstava, u domicilnom području) te izostanak potpunog sezonskog utjecaja u zemljama gdje turizam i sezona nosi visok udio prihoda (Hrvatska, Crna Gora). Također, situacija s potresima na hrvatskom tržištu je psihološki i materijalno negativno djelovala na potrošače.

Unatoč spomenutim okolnostima, SPP Pića je zadržalo razinu ulaganja u svoje brendove i ljude kao ključne vrijednosti i alate na kojima nastavlja graditi buduće rezultate.

Nastavno na navedeno, SPP Pića je u 2020. godini ostvarilo prihod od prodaje u iznosu 482 milijuna kuna, što je za 14% manje od prethodne godine. HoReCa segment asortimana bilježi pad od 33%, OTG segment za 16%, a komprimati kao izuzetno impulsni artikli pali su 20%.

Glavnina prodaje i dalje se odvija u zemljama regije (96%), gdje po učešću u realizaciji prednjači tržište Hrvatske s 41%. U strukturi prodaje po brendovima, Cedevisa predstavlja 63%, dok se 26% odnosi na Cocktu, 5% na vode, 4% na komprimati, a preostalih 2% na ostatak asortimana.

Padu prodaje primarno uvjetovano pandemijom najviše su doprinijela tržišta Hrvatske i BiH, dok tržišta Srbije i Slovenije sudjeluju u ovom rezultatu s manjim indeksima pada realizacije.

Kanal maloprodaje, unatoč dobrim rezultatima na određenim asortimanima, nije uspio nadoknaditi gubitak realizacije uzrokovan smanjenjem realizacije na preostala dva kanala, HoReCa i OTG kanalu.

Odličan prodajni rezultat bilježi Cedevisa za konzumaciju u kućanstvu, gdje su rastu realizacije od 8% najviše doprinijela tržišta Srbije i Slovenije, dok Cockta bilježi pad konzumacije od 5%, zabilježen gotovo na svim tržištima regije.

Plasman Cedevisite GO u novom pakiranju na tržište koincidira s početkom proglašenja pandemije, no dobro odrađena distribucija, kao i prodajno marketinška izvedba utjecali su na to da pad prodaje ne bude značajan.

Zbog već spomenutih okolnosti, tržišta regije bilježe lošije prodajne rezultate u odnosu na prethodnu godinu, dok ključna izvozna tržišta bilježe pozitivne rezultate, poimenice Austrija, Kanada, Njemačka, SAD i Švicarska.

Karakteristike kreativne platforme „Okus generacije CE“ našeg omiljenog i najvećeg domaćeg brenda Cedevisa ove je godina imala priliku doći do izražaja u svojoj potpunosti. Generacija CE je prva generacija koja se ne identificira kroz godine rođenja već kroz stanje duha i zajednički sustav vrijednosti. Bez obzira na fizičku distanciranost, trebamo biti jedni uz druge gradeći snagu zajedništva, ali i optimizma koji nam je trenutno prijeko potreban. U želji dodatnog njegovanja solidarnosti te podizanja svijesti svih oko nas, Cedevisa je razvila parolu #ostanidobro #ostaniCE koja uz apel da čuvamo sebe i druge ostankom u svojim domovima, ima dodatnu poruku. Poruku koja potiče fizičku izoliranost, ali ne i onu emotivnu. Također smo podsjetili potrošače na funkcionalne prednosti koje Cedevisa ima i istakli važnost vitamina i njihovu korist za imunološki sustav.

CEDEVITA®

Cockta

Kala

KALNIČKA

482 mil.

KUNA PRIHODA OD  
PRODAJE OSTVARILO JE  
SPP PIĆA

ODLIČAN PRODAJNI REZULTAT  
BILJEŽI CEDEVITA  
ZA KONZUMACIJU KOD KUĆE S  
RASTOM REALIZACIJE OD

8%





2020. godinu obilježilo je i uspješno relansiranje CedeVite GO u novom pakiranju i novom okusu Crvene naranče. Novi okus lansiran je i u HoReCa kanal. Novo pakiranje ima jedinstven mehanizam otvaranja čepa koji nudi punu funkcionalnost za svježiju pripremu napitka i lakšu konzumaciju bez obzira gdje se nalazili.

CedeVita je na tržištima Hrvatske, Slovenije i Srbije rasla svojim udjelima u inače padajućoj kategoriji, ovisno o tržištu, čime je još jednom dokazala da može konkurirati velikim svjetskim igračima u tržišnoj utakmici. Posebno ističemo uspjeh na tržištu Srbije gdje je tržišni udio CedeVite porastao za 21% i sada drži ukupno 4% udjela u kategoriji bezalkoholnih napitaka voćnog okusa.<sup>2</sup>

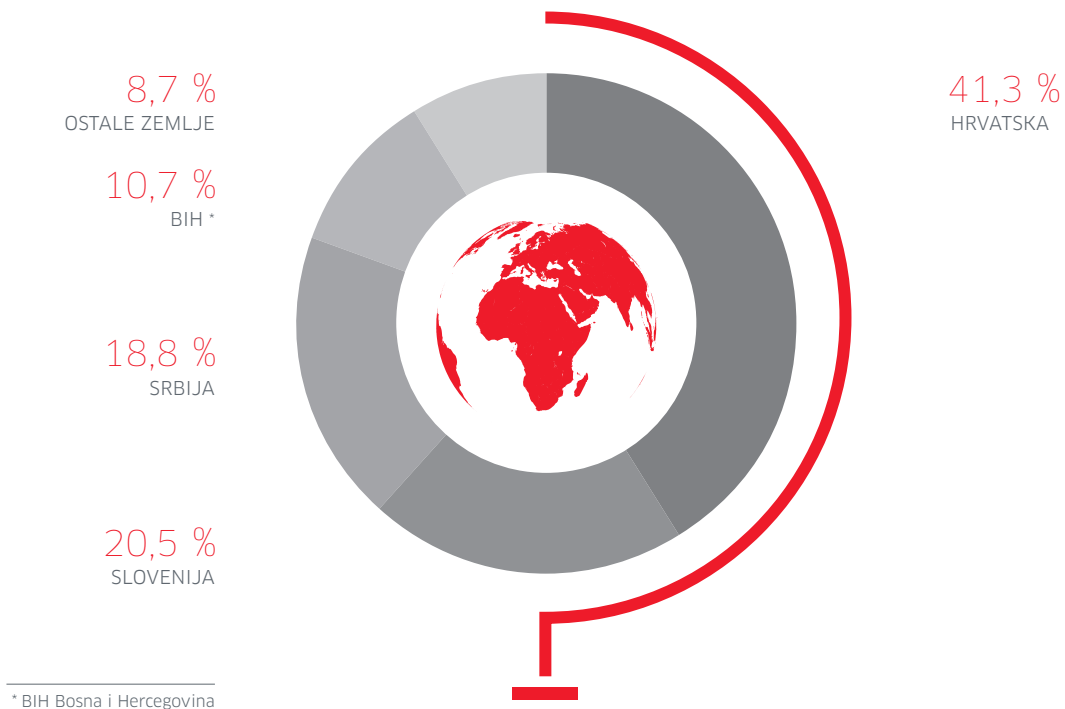
Cockta, brend koji vjeruje u život pod vlastitim uvjetima, je u 2020. godini lansirala novu kampanju „Živi za svoju stvar“. Kampanja je bila izrazito uspješna i inspirativna obzirom da je izazvala mnoge reakcije, uglavnom pozitivne te ujedinila regiju na temu slobode izbora i autentičnosti. Nastavno, na slovenskom festivalu digitalne komunikacije, Cockta je osvojila nagradu za najbolji video.

U 2020. godini tijekom godišnjih revizija od strane akreditiranih certifikacijskih kuća, na svim proizvodnim lokacijama, potvrđena je visoka razina sustava upravljanja kvalitetom i okolišem u skladu sa strogim međunarodnim standardima (ISO 9001, 14001, HACCP, FSSC 22000, ISO 50001). Dodatno, u Atlantic CedeViti je uspješno završena i certifikacijska revizija u skladu s IFS Food standardom, jednim od najzahtjevnijih standarda sigurnosti i kvalitete hrane. U okviru dane situacije SPP Pića je nastavilo i s ulaganjem u opremu i modernizaciju proizvodnih sredstava. Od ključnih realiziranih investicija ističe se finalizacija investicije u novu CedeVitu Go i dodatna linija za povećanje kapaciteta maloprodajnog i HoReCa asortimana. I u idućem ciklusu očekuju se investicije u daljnje unaprjeđenje proizvodnih kapaciteta.

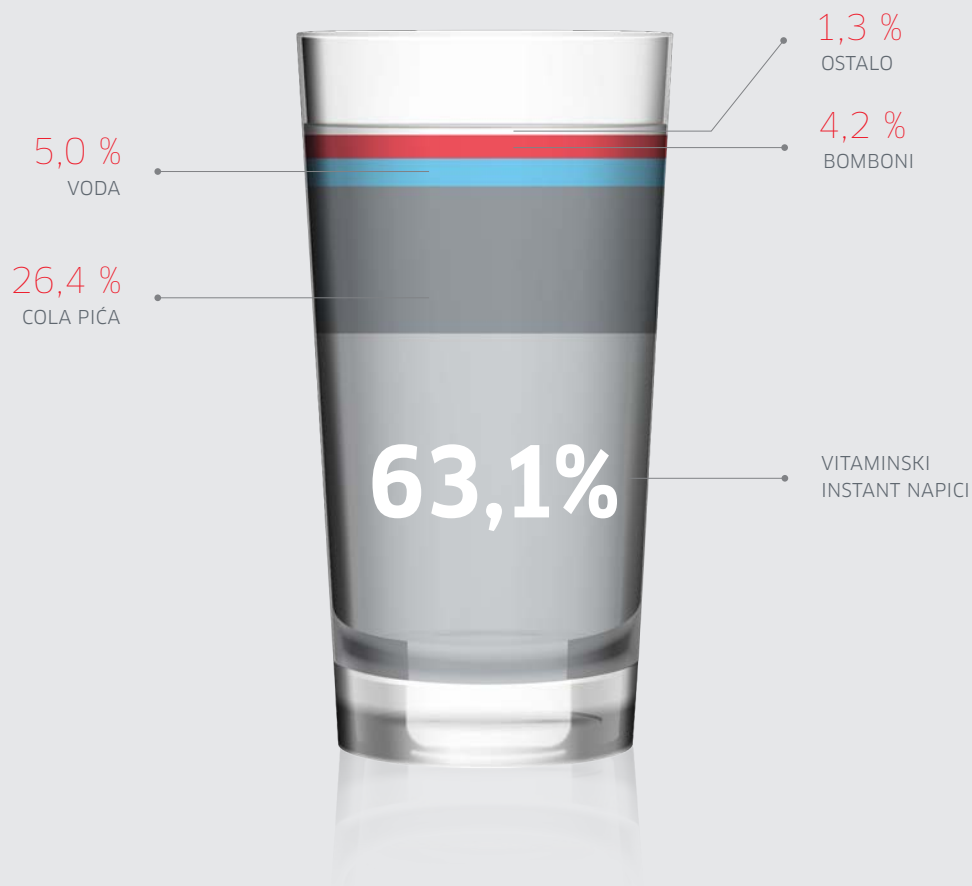


<sup>2</sup> Izvor: AC Nielsen

## Prodaja po zemljama



## Prodaja po kategorijama





## Strateško poslovno područje Pharma

U 2020. godini Strateško poslovno područje Pharma (SPP Pharma) ostvarilo je ukupni prihod od prodaje u iznosu od 540 milijuna kuna. U rujnu 2020. godine Atlantic grupa i Nelt Grupa sklopile su ugovor o kupoprodaji brenda Bebi čime se nastavlja proces dezinvestiranja manjih i non-core djelatnosti u skladu s korporativnom strategijom Atlantic Grupe. Dovršetak transakcije očekuje se sredinom 2021. godine.

Farmacia je u 2020. godini unatoč izazovima poslovanja uslijed pandemije COVID-19 virusom te razornim potresima u Zagrebu i na području Banovine nastavila s planiranim otvaranjem novih jedinica i unaprjeđenjem poslovanja postojećih. Otvorene su dvije nove jedinice, a pet postojećih je preselilo na nove lokacije koje će pridonijeti još uspješnijem poslovanju.

Na kraju 2020. godine Ljekarnički lanac Farmacia u svojem portfelju broji 52 ljekarne i 40 specijaliziranih prodavaonica. Ukupni prihodi Farmacije iznosili su 474 milijuna kuna što je 4,5% veći prihod u odnosu na prošlu godinu.

U doba lockdowna od 19. 3. - 10. 5.2020. u cijeloj zemlji dozvolu za rad uz skraćeno radno vrijeme su imale jedino trgovine s namirnicama, higijenskim potrepštinama i ljekarne. Farmacia nije prestala pružati ljekarničku skrb niti u najtežim uvjetima rada, a građani su imali stalnu dostupnost lijekovima.

Uvjeti rada u Farmaciji su prilagođeni početkom ožujka kako bi zaštitili djelatnike i sve građane koji tijekom pandemije imaju potrebe za ljekarničkom uslugom. Uvedene su zaštitne pleksiglas barijere na recepturama, zaštitna oprema za djelatnike (maske i rukavice), linija diskrecije koja označava potreban razmak sukladno epidemiološkim mjerama, dezinfekcija ruku na ulazu u lokacije, pojačana je dezinfekcija prostora i radnih površina. Također, prilagođavaju se upute oko broja osoba dopuštenih u prodajnom prostoru i provjeravanju kršenja samoizolacije.

Farmacia se odmah priključila projektu Crvenog križa i Hrvatske Ljekarničke komore 'Pozovi za zdravlje' za izdavanje i besplatnu dostavu lijekova i medicinskih proizvoda oboljelima od kroničnih bolesti u izolaciji/samoizolaciji i teško pokretnim osobama. Svojim sudjelovanjem Farmacia je bila dio plemenitog volonterskog projekta kako bi svaki bolesnik pogođen ovom epidemijom dobio stručan savjet ljekarnika na siguran i primjeren način.

Uprava Farmacije je uskladila sve operativne aktivnosti s novom situacijom kako bi se svi procesi u svakodnevnom poslovanju nesmetano odvijali unatoč obavezi rada od kuće za sva radna mjesta na kojima je to moguće.

Edukacije djelatnika koje su u Farmaciji jedna od aktivnosti za pružanje kvalitetne ljekarničke skrbi od svibnja se odvijaju online s još većim odazivom djelatnika nego ranije zbog veće dostupnosti kolegama u udaljenim krajevima zemlje. Formiran je virtualni Edukacijski centar kao dobra podloga za daljnji razvoj i smanjenje troškova.

Specijalizirana savjetovaništa kao jedinstvena dodatna usluga za klijente obogaćena su u veljači novim Dermokozmetičkim (beauty) savjetovaništem u specijaliziranoj prodavaonici u City centru One East Zagreb. Pomoću uređaja za analizu kože klijentu se određuje tip i status kože lica i vlasišta te individualizirano preporučuje odgovarajuća njega. Ljekarničko savjetovanje u dermatološkom području ovom dodatnom uslugom dobilo je višu razinu s mogućnošću praćenja rezultata kod svakog klijenta.

Postojeća specijalizirana savjetovaništa svoj rad su prilagodila novim epidemiološkim uvjetima kako bi i dalje pružali savjete o rješavanju zdravstvenih tegoba i poboljšavanju kvalitete života. Posebno se ističe veliki trud i angažman u radu Fitoaromaterapijskog savjetovaništa posvećen prevenciji i očuvanju zdravlja i imuniteta.



# 2

NOVE JEDINICE OTVORENE  
SU 2020. GODINE

# 474 mil.

KUNA PRIHODA  
OSTVARILA JE FARMACIA  
ŠTO JE ZA

# 4,5%

VIŠE U ODNOSU NA  
2019. GODINU



Sportsko savjetovalište svoju je uslugu obogatilo novim, naprednijim uređajem za analizu sastava tjelesne mase kako bi klijentima pružili detaljniji i još napredniji nivo usluge. Predavanja i edukacije sportaša održali su svoj kontinuitet kroz on line oblik ističući važnost znanja osnova sportske prehrane kao neraskidive veze farmaceutskih timova i klijenata koji nam ukazuju povjerenje posebno u ovo vrijeme pandemije. Dodatno je Sportsko savjetovalište postalo jedino u zemlji koje ima farmaceuta s Diplomom Sportske prehrane pri Internacionalnom Olimpijskom odboru.

Unatoč otežanim okolnostima poslovanja, neovisna vanjska procjena po zahtjevima certifikata ISO 9001 dokazala je da Farmacia Ljekarne i specijalizirane prodavaonice kvalitetno i učinkovito upravljaju procesima i promjenama u poslovanju, pružanju ljekarničke usluge, a sve u svrhu zadovoljstva klijenata te ispunjavanja njihovih potreba i očekivanja.

Farmacijina web stranica i profili na društvenim mrežama su u godini pandemije opravdali povjerenje svojih brojnih korisnika. Kroz virtualne kanale smo na svakodnevnoj bazi svoje klijente i pacijente pravovremeno informirali i educirali o svim provjerenim činjenicama i mjerama vezanim za prevenciju širenja COVID-19 dok su sadržaji prilagođeni najčešćim upitima i interesima 's terena'. Web shop (lansiran krajem 2019. godine) se pokazao kao još jedan izvrstan alat u 'olakšavanju' pandemijskih uvjeta života pa je bogatom i prilagođenom ponudom te besplatnom dostavom na području Hrvatske omogućio sigurno i neometano korištenje bezreceptnog asortimana.

Na nešto slabije prodajne rezultate Bebija u 2020. godini utjecala je primarno COVID-19 kriza, kroz smanjenje potrošnje i to prvenstveno kroz periode mjera proglašanih karantena, zatvorenih trgovačkih centara kao i smanjenim primanjima stanovništva uzrokovanih nastalom krizom. Tečaj rublje je značajno devalvirao kroz 2020. godinu što je imalo dodatno negativan utjecaj na prodajne rezultate.

Tijekom 2020. godine poseban fokus zadržan je na stupovima Bebi poslovanja, a to su dječji dućani, tržište Kavkaza te tržište Ukrajine na kojima brend povijesno bilježi odlične konkurentne pozicije te je i ove godine prodajnim rezultatima nadmašilo prethodnu godinu. Na ovaj način tim osigurava lakšu tranziciju brenda u nove vlasničke ruke.





## Prodaja po zemljama

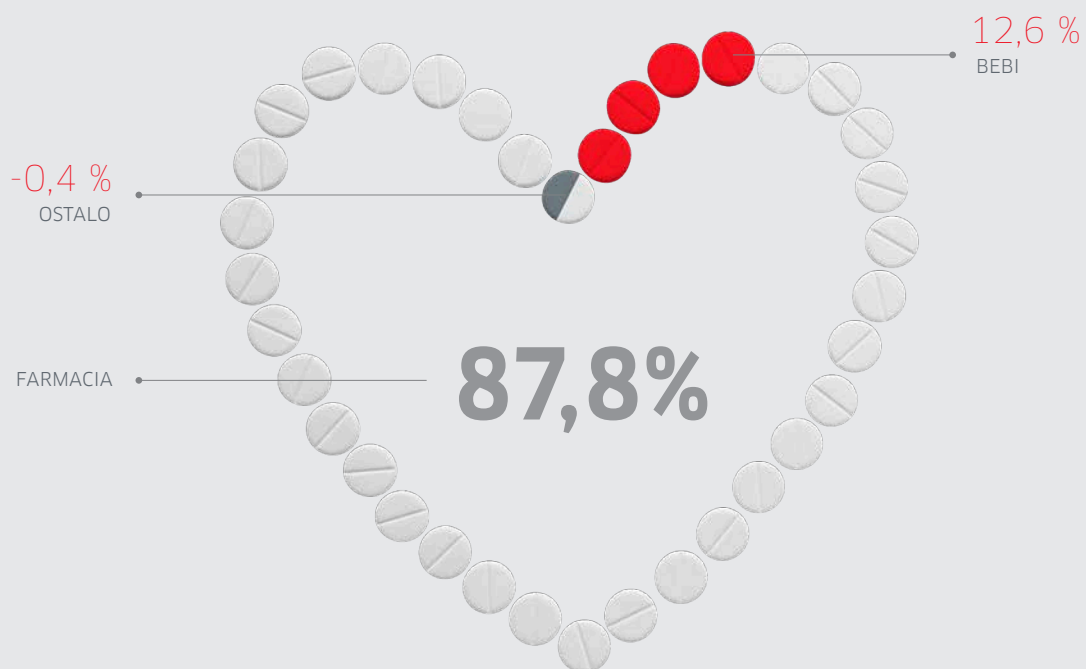
2,5 %  
OSTALE ZEMLJE

9,7 %  
RUSIJA



87,8 %  
HRVATSKA

## Prodaja po kategorijama





# Rogaska

## Donat Mg



NATÜRLICHES  
MINERALWASSER  
MIT HOHEM GEHALT  
AN MINERALIEN

e1L

Natürliches Mineralwasser mit eigener **Quellkohensäure** versetzt, aus der **Donat - Quelle**, Rogaska Slatina, Slowenien.  
Verdauung: Regt die Verdauung an.

Mg <sup>2+</sup>	Ca <sup>2+</sup>	HCO <sub>3</sub> <sup>-</sup>	SO <sub>4</sub> <sup>2-</sup>
1000 mg/l	390 mg/l	7500 mg/l	2200 mg/l

NATURA SANAT 1572 ROGAŠKA SLATINA

## Poslovno područje Donat

Novo poslovno područje Donat (PP Donat) osnovano je početkom 2020. godine, s ciljem jačanja brenda kroz premiumizaciju i fokusa na internacionalizaciju. Nova organizacija je definirana sukladno sa željom da usmjerenim pristupom našim distributerskim partnerima pruža dodatni poticaj na međunarodnim tržištima.

U 2020. godini PP Donat ostvario je prihode od prodaje od 196 milijuna kuna što predstavlja rast od 3% u odnosu na prethodnu godinu. U godini punoj izazova Donat je uspješno održao stabilnost u regiji i lidersku poziciju u Sloveniji, te bilježi rast na ključnim internacionalnim tržištima Rusije, Austrije i Italije. 2020. je bila i godina, u kojoj smo se susreli s činjenicom limitiranih godišnjih količina našeg unikatnog Donat. Činjenica, da nismo mogli odgovoriti na stalno rastuću potražnju nas je dovela do jasnog definiranja tržišta s najvećim potencijalom za ostvarenje cilja internacionalizacije i premiumizacije. Kako bi poduprijeli stratešku orijentaciju i rast na ključnim tržištima, odustali smo od prodaje na 7 tržišta, a sve kako bi omogućili rast našeg brenda u budućnosti.

Donat je u 2020. godini nastavio s građenjem svijesti o brendu uz komunikaciju »Briljantne probave«. Početak godine smo započeli s Detox programom i time iskoristili «consumer insight» o «novogodišnjim obećanjima», povezanih sa zdravijim načinom života. Pridobili smo 20.000 novih članova (u Sloveniji i Hrvatskoj), s čime smo postigli bazu od 86.000 vjernih sudionika.

U fazi priprema novih strateških temelja Donata, dogodila se pandemija COVID-19, koja je temu zdravlja postavila na prvo mjesto, pa je taj trend imao kao posljedicu pozitivan utjecaj na percepciju i prodaju Donata. Taj utjecaj je još dodatno iskorišten s prilagodenom komunikacijom »Ostani Zdrav«, koja je potrošačima donosila korisne savjete - kako u «novoj realnosti» kroz odabir prave hrane i tjelesne aktivnosti održati zdravlje i za vrijeme karantene. Digitalna kampanja se po prvi put istovremeno odradila na svih 6 ključnih tržišta kako u regiji (Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina) tako i na internacionalnim tržištima (Austrija, Italija, Rusija) i rezultati su bili iznad svih očekivanja. Kampanja je rezultirala s 3,5 milijuna novih korisnika, od kojih je više nego 400.000 detaljno pretraživalo informacije o Donatu na našoj web stranici (gdje su ostali 100% više vremena od prosjeka prošle godine i čitali naš sadržaj, isto tako se poboljšala relevantnost u metrici "stupnja odbijanja korisnika") te je broj reakcija ljudi na društvenim mrežama (Facebook i Instagram) bio više od 950.000, što je stvarno veliki uspjeh na kojeg smo ponosni.

# Donat

VEĆ U PRVOJ GODINI  
PP DONAT OSTVARIO JE  
RAST OD

## 3%

KAMPANJA "OSTANI ZDRAV"  
REZULTIRALA JE S

## 3,5 mil.

NOVIH KORISNIKA

**Naravna  
odpornost  
izvira iz  
prebave.**

donat.mg

Klinično  
dokazano  
deluje na  
prebavo

U slučaju potrebe, kontaktirati proizvođača proizvoda, proizvođača, vode Donat MG na adresi: Jadranska dolina, 4, 1000 Ljubljana, Slovenija. Proizvođač: Donat MG, d.o.o. Kolinjska ulica, 1, 1000 Ljubljana.



Kako se na jesen među potrošačima ponovo pojačala briga kako zadržati vlastito zdravlje, počeli smo s informiranjem o povezanosti prirodnog imuniteta sa zdravljem probave i na kraju kampanje lansirali »Imuno program«. S time smo, iskorištavajući trendove okoline i povratne informacije koje smo dobili od strane potrošača – već počeli s tranzicijom Donata, koji je do tad bio poznat samo kao rješenje za zatvor, prema brendu, koji preventivno brine za normalan rad probave, a s time blagotvorno djeluje na cijelo tijelo.

Važnost teritorija zdrave probave, na kojeg prelazi Donat, se vidi i kroz organsku posjetu Donat web stranice pomoću tražilice Google. U 2020. godini broj posjeta se povećao za skoro 20 puta; s 41.500 posjetitelja krajem 2019. godine, u 2020. godini smo zabilježili rekord: čak 726.000 posjetitelja, koji su došli na donat.mg na osnovi vlastitog pretraživanja.

Taj rezultat potvrđuje, da je digitalna strategija na Donatu odlično postavljena i da postižemo rezultate koji premašuju sva očekivanja. Od jasno definiranog sadržaja za društvene mreže, plana za SEM (eng. Search engine marketing) optimizaciju oglašavanja, te web stranice, koja donosi odlično iskustvo i putem koje možemo potrošačima detaljnije objasniti sve prednosti Donata (a nema ih malo); svaki element digitalne strategije je promišljen i – kao što pokazuju brojke – stvarno efikasan.

Za Donat je jako važna i medicinska javnost. S cjelogodišnjim educiranjem o kliničkoj studiji, koja je jedinstvena među proizvodima u FMCG industriji, te s edukacijom o mehanizmima utjecaja Donata na cjelokupno zdravlje, širimo znanje i pouzdanje ne samo do doktora, već i šire do krajnjih potrošača.

Tako smo u 2020. godini postigli i poboljšanje tržišnih udjela na tržištima Hrvatske (5% vrijednosnog rasta), Austrije (9% vrijednosnog rasta) i Rusije (14% vrijednosnog rasta), a u Sloveniji zadržali stabilnu lidersku poziciju, dok je u svim zemljama kategorija prirodnih mineralnih voda (bez ukusa) padala.<sup>3</sup>

U 2020. godini postignuća Donata prepoznata su i od šire marketinške zajednice, gdje je Donat dobio 4 velika Websi priznanja za Najbolji globalni digitalni projekt: Digitalni ekosistem Donat, Najbolji mobilni projekt: Mobilna aplikacija Donat Moments, Najbolja produktna web stranica: Web stranica Donat i Najbolji sadržajni marketing: Centar sadržaja Donat Detox.

<sup>3</sup> Izvor: AC Nielsen

## Prodaja po zemljama

4,6 %  
OSTALE ZEMLJE

3,9 %  
AUSTRIJA

4,1 %  
ITALIJA

6,6 %  
BIH \*

14,7 %  
HRVATSKA

23,3 %  
RUSIJA

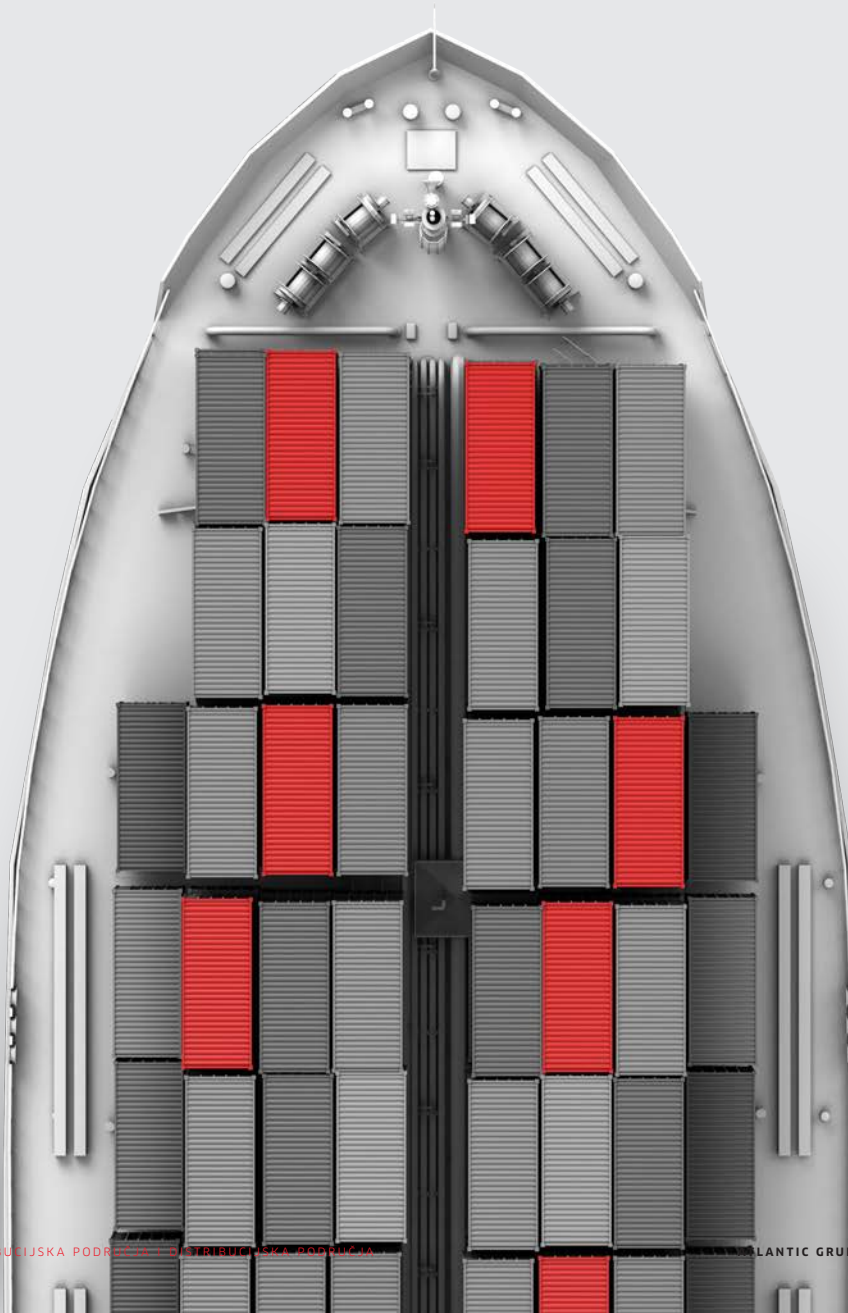


42,9 %  
SLOVENIJA

\* BIH Bosna i Hercegovina



## Strateška distribucijska područja i Distribucijska područja



## STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA



Strateško distribucijsko područje Hrvatska (SDP Hrvatska) je u 2020. godini ostvarilo prihode od prodaje u iznosu od 1.250 milijuna kuna, što je pad od 9% u odnosu na prošlu godinu. Osnovni razlog pada prodaje u 2020. godini se pripisuje COVID-19 situaciji uslijed koje je došlo do restrikcija i ograničenog rada pojedinih kanala i kupaca, kao i smanjenog broja turista što je direktno utjecalo na niža ostvarenja tijekom turističke sezone. Unatoč nepovoljnim kretanjima tržišta, SDP Hrvatska je postavila snažan fokus na kontinuitet izvanredne pokrivenosti tržišta i prilagodbu širine portfelja trenutnoj situaciji. Fokusom na daljnje unapređenje efikasnosti internih logističkih procesa kao i osiguravanjem ciljanih sezonskih timova, što je rezultiralo snažnijim rastom prihoda u sezonskim mjesecima u odnosu na negativne turističke pokazatelje, osigurali smo bazu za održivi rast u nadolazećim godinama.

Rezultati prodaje po kanalima pokazuju manji pad prodaje na prošlu godinu u maloprodajnom segmentu od - 4% (mogućnost prilagodbe asortimana novonastalim uvjetima na tržištu) u odnosu na HoReCa kanal u kojem bilježimo pad prodaje od - 35% (zatvaranje objekata na više od četiri mjeseca u 2020. godini). HoReCa segment je unatoč padu prodaje ostvario bolju realizaciju od prosjeka hrvatskog HoReCa tržišta čiji se pad prometa procjenjuje na -50% u odnosu na 2019. godinu. Također, potvrđen je kontinuitet uspješnosti HoReCa procesa upravljanja zalihama i naplatom potraživanja rezultirajući nižim otpisima kao i naplatom svih otvorenih potraživanja uvjetovanim COVID-19 restrikcijama koristeći model kojim smo dodatno učvrstili naš partnerski odnos s kupcima.

Zbog promjene kupovnih i potrošačkih navika u 2020. godini, izazvanih COVID-19 krizom, došlo je do značajnih oscilacija u prodaji određenih kategorija proizvoda; pad prodaje impulsnih proizvoda i proizvoda za usputnu konzumaciju, te rast prodaje sredstava za čišćenje i dezinfekciju, prehrambenih kategorija i kave.

Kretanja prihoda u 2020. godini po ključnim kategorijama:

- Argeta – organski rast prodaje popraćen snažnom marketinškom podrškom;
- Barcaffè – rast prodaje uslijed većeg broja marketinških aktivnosti, rast prometa C2G segmenta kao i konzumacije kod kuće uslijed zatvaranja HoReCa kanala;
- Unilever – snažan rast prodaje asortimana za čišćenje u kućanstvu i ulazak u segment sladoleda;
- Mars – snažan pad impulsnih robnih grupa (žvakaće gume, čokolade.) uzrokovan smanjenim kretanjem potrošača i slabijom sezonom.

Strateški imperativ tržišnog djelovanja je osiguravanje optimalnog asortimana uz istovremeno razumijevanje potencijala određenog formata prodaje.

- Krizom su najmanje pogođeni veliki formati prodajnih mjesta i organizirana trgovina (modern trade) čiji je promet ostao na razini 2019. godine. To se odnosi na hiper i supermarkete, diskontere i drogerijski kanal dominantno radi promjene načina kupovanja (rijeđa i planirana kupnja, sve na jednom mjestu).
- Značajniji pad prodaje (od 5-30%) bilježe manji formati (kiosci, petrol kanal, regionalni kupci i mali kupci) radi manjeg kretanja potrošača i slabije turističke sezone.

U segmentu Lanca opskrbe tijekom 2020. godine osiguran je nastavak ciljanog provođenja digitalne transformacije kroz sve aspekte logističkog poslovanja.

U segmentu transporta osigurana je racionalizacija troškova kroz implementaciju automatskog rutiranja, optimizaciju hodograma dostave te implementaciju novog RtM u HoReCa kanalu.

Strategijom sinergije skladišnih operacija i zaliha roba ostvaren je puni potencijal rasta produktivnosti. Planiranim širenjem WMS-a (Warehouse Management System) na skladišne centre u Osijeku i Rijeci početkom 2021. godine osiguralo se zaokruživanje cjelokupne podrške planiranom rastu kroz sve segmente poslovanja.

Daljnji razvoj u Lancu opskrbe započet tijekom 2020. godine se ostvaruje kroz implementaciju razvoja robotizacije djela skladišnih procesa zajedno s digitalizacijom djela ulaznih procesa i upravljanje zalihama.

Horizontalni rast prodajnog tržišta podržan je kapitalnim ulaganjima u novu opremu za kavu.



## STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA

Strateško distribucijsko područje Srbija (SDP Srbija) je u 2020. godini pored svih izazova poslovalo stabilno i bilježi prihod od prodaje od 1.232 milijuna kuna što predstavlja pad prometa od 3% u odnosu na prethodnu godinu.

2020. OSTVAREN JE REKORDNI RAST CEDEVITE U MALOPRODAJNOM KANALU PRI ČEMU JE TRŽIŠNI UDIO PORASTAO ZA

21%

TE IZNOSI

4%

U KATEGORIJI BEZALKOHOLNIH NAPITAKA VOĆNOG OKUSA

Ostvareni rezultat je prije svega posljedica pada prometa u HoReCa kanalu, dok maloprodajni kanal prodaje bilježi 1% manje prometa u odnosu na 2019. godinu. Zabilježen je značajan rast u okviru poslovnog programa Delikatesnih namaza kao i principalskih brendova Alkaloid, Del Castello i Multivita. Također, ostvaren je rekordni rast Cedevita vitaminskih napitaka u okviru maloprodajnog kanala pri čemu je tržišni udio porastao za 21% te iznosi 4% u kategoriji bezalkoholnih napitaka voćnog okusa. Početak 2020. godine je ujedno bio i početak distribucije programa Saponia i Kandit u okviru kojeg Atlantic Brands pojačava svoj tržišni potencijal s dobro poznatim brendovima Rubel, Faks, Arf u okviru deterdženata kao i Kandi Rum pločica, Kandi čokolada u okviru konditorskog programa. Nakon značajnih tehnoloških unapređenja u 2019. godini kroz implementaciju SAP-a i pratećih prodajnih, marketinških i izvještajnih softvera, u 2020. godini je nastavljen razvoj poslovanja kroz projekt 'Digital shipment' koji je omogućio automatizaciju i transparentnost svih procesa od narudžbi do isporuke robe. Administriranje postupka otpreme je značajno smanjeno, a dokumenti poput otpremnica i faktura se razmjenjuju elektronski s kupcima, uz mogućnost praćenja u realnom vremenu svake isporuke kroz Portal dostave.

U 2020. godini je započeo proces EDI razmjene naloga, otpremnica i faktura s najvećim kupcima. Aktivnost je zaokružena s 4 ključna kupca, među kojima su dva najveća maloprodajna lanca, Delhaize i Mercator.

Distribucijski pokazatelji u 2020. godini su vrlo povoljni po Nielsen podacima. Svi ključni brendovi nastavljaju povećavati ili održavati visoku razinu numeričke i težinske distribucije, pri čemu najveći napredak bilježe Argeta, Cockta i Cedevita.

SDP SRBIJA BILJEŽI

7%

BRŽU NAPLATU U ODNOSU NA 2019. GODINU

Ove godine u SDP Srbija smo ponovo bili fokusirani na poboljšanje naplate potraživanja kako kroz smanjenje dana naplate (7% brža naplata u odnosu na 2019. godinu) tako i kroz povećanje nivoa sigurnih potraživanja. Nastavili smo s kontinuiranom kontrolom operativnih troškova, a uz to smo ostvarili i povoljnu strukturu prodaje po kanalima što nam je donijelo određene uštede u ukupnim troškovima.

## STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA

Strateško distribucijsko područje Slovenija (SDP Slovenija) je u 2020. godini ostvarilo prodaju u visini od 981 milijuna kuna, što je rast od 4% u odnosu na 2019. godinu. Kontinuirani fokus na izvrsnost i efikasnost te širina raznovrsnog portfelja su pridonijeli rezultatu u maloprodajnom kanalu, koji bilježi rast od 8%. HoReCa kanal prodaje bilježi pad od 20% uzrokovan mjerama za sprječavanje širenja pandemije COVID-19. HoReCa kanal je bio potpuno zatvoren u trajanju od 5 mjeseci. Unatoč tome, SDP Slovenija je u 2020. godini zadržala i ojačala status najvećeg distributera proizvoda široke potrošnje u Sloveniji.

Potrošnja je na tržištu Slovenije prema Nielsenu blago rasla u formatu supermarketa i diskontera, dok hipermarketi i benzinske pumpe bilježe blagi pad. Sukladno tome, naša strategija je kontinuirano praćenje i optimizacija asortimana prema formatu prodaje.

Najveći rast od +18% ostvario je kanal diskontera, kako zbog rasta samog kanala tako i zbog naših aktivnosti u tom kanalu. Zbog COVID-19 restrikcija potrošači su bili manje na putu, što se odrazilo u padu prodaje «on the go» segmenta, gdje smo prisutni s pićima, sendvičima te slatkim dijelom našeg asortimana. S druge strane, bilježili smo rast na hrani s dužim rokom trajanja, na brendovima Argeta, Barcaffè, Cedevita, Bakina tajna, Nutella i Knorr, te na slanom dijelu, gdje smo prisutni sa Smoki i Prima asortimanom. Zatvaranje HoReCa kanala je znatno povećalo prodaju kave na putu te u maloprodajnom kanalu, tako da smo time uspjeli nadoknaditi pad prodaje kave u HoReCa kanalu te prema Nielsenu ostvarili rekordan vrijednosni tržišni udio od čak 80% u kategoriji svježe mljevene pržene kave.



Kroz godinu smo radili na konsolidaciji novih principala Saponia i Kandit, te smo s principalom Ferrero potpisali novi višegodišnji ugovor.

Nastavili smo s kontinuiranim pristupom ka optimizaciji i automatizaciji procesa, uspješno smo implementirali prelazak prodajne sile na mobilnu aplikaciju Routemaster te sklopili novi višegodišnji ugovor s našim vanjskim logističkim partnerom.

## DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA

Distribucijsko područje Makedonija (DP Makedonija) je u 2020. godini ostvarilo stabilan rast te povećalo prihod kompanije, uzimajući u obzir sve utjecaje koje je donijela pandemija COVID-19. DP Makedonija je vodeća kompanija za distribuciju robe široke potrošnje s najvećim prometom u Makedoniji. Sa širokim i diversificiranim portfeljem visokokvalitetnih proizvoda, naša kompanija zadovoljava niz potrošačkih potreba. Osim dobro poznatih internih brendova (Argeta, Grand kafa, Cedevida, Smoki, Bananica, Najlepše želje, Cockta itd.), DP Makedonija distribuira i proizvode poznatih međunarodnih kompanija - Ferrero, Hipp, Ficosota, Beiersdorf.

U odnosu na 2019. godinu, DP Makedonija ostvarilo je rast prihoda od 3%, ali i smanjenje dobiti koje je rezultat negativnog učinka COVID-a 19 na određena područja poslovanja, kao i ulaganja u ljude kao preduvjeta za bolju operativnu učinkovitost u 2021. godini. Iako je HoReCa segment bio najviše pogođen pandemijom, rad je nastavljen s postojećim članovima tima. Maloprodajni segment je u nekim kanalima bio blago pogođen novom situacijom, ali je DP Makedonija uspjelo stvoriti dodatnu vrijednost za kompaniju, koja je izražena ne samo kroz pozitivne poslovne rezultate nego i kroz održavanje stabilnosti njegova cijelog tima.

Tijekom 2020. zadržali smo naš portfelj te postigli stabilne rezultate i rast relativno novih principala u portfelju, a i dalje ostajemo fokusirani na razvoj postojećih principala i jačanje njihovih pozicija na domaćem tržištu. U našoj prodaji najveći udio ima SPP Kava (23% našeg ukupnog portfelja), a slijede ga SPP Delikatesni namazi (21%) i vanjski principal Ferrero (17%).

Organizacijski, naša skladišta i dostava podijeljeni su na segmente u skladu s portfeljom - Hrana, Piće, Kozmetika, Deterdženti i Dodaci prehrani. Dostava iz tri moderno opremljena (WMS) skladišta na različitim lokacijama temelji se na vlastitoj i eksternaliziranoj logistici i prijevozu.

Svojim kontinuiranim fokusom na rast postojećeg portfelja kroz unaprjeđenje zadovoljstva uslugom i izvrsnosti izvedbe DP Makedonija privlači pažnju snažnih globalnih i regionalnih distribucijskih partnera.

## DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA

U 2020. godini Distribucijsko područje Austrija (DP Austrija) zabilježilo je promet of 105 milijuna kuna, što predstavlja rast ukupne prodaje od 21% u odnosu na prethodnu godinu. Rast ostvaruju svi interni brendovi osim principalskog brenda Multipower, pri čemu su najznačajniji pokretači rasta Argeta, Štark i Grand kafa. To je uglavnom rezultat novih plasmana, povećanja tržišnog udjela i mjera ograničavanja kretanja zbog COVID-a 19, pri čemu su potrošači svoju potrošnju prebacili s HoreCa kanala na maloprodajni kanal.

DP Austrija također je zabilježilo najveći pozitivni rezultat u pogledu dobiti od svojeg osnivanja 2016. godine, odnosno rast od 26% u odnosu na prethodnu godinu.

Argeta je i dalje brend s najvećim udjelom u ukupnoj prodaji te tržišni lider u toj kategoriji.

REKORDAN VRIJEDNOSNI  
TRŽIŠNI UDIO OD

80%

OSTVAREN JE U  
KATEGORIJI SVJEŽE  
MLJEVENE PRŽENE KAVE

RAST PRIHODA OD

3%

OSTVARIO JE DP  
MAKEDONIJA U ODNOSU  
NA 2019. GODINU

DP AUSTRIJA BILJEŽI  
REKORDNU EBITDA\* OD  
OSNIVANJA KOJA BILJEŽI  
RAST OD

26%

U ODNOSU NA 2019.  
GODINU

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



Najveće postotne stope rasta zabilježili su asortiman Štarka s indeksom 156 u odnosu na 2019. te Grand kafa s indeksom 149 u odnosu na 2019.

Kanal maloprodaje ostaje kanal s najvećim udjelom u ukupnoj prodaji DP-a Austrija koji nastavlja rasti kroz nova lansiranja te postojeće i nove klijente i potrošače.

Kanal sportske prehrane bio je snažno pogođen mjerama ograničavanja kretanja zbog COVID-a 19, pri čemu je zabilježio -39% u odnosu na 2019. u Italiji te -9% u odnosu na 2019. u Austriji, što je rezultiralo ukupnim padom segmenta sportske i aktivne prehrane od -23% u odnosu na 2019.

U 2021. godini očekujemo daljnji rast prometa i učinkovitosti uz podršku stabilnog i vrlo motiviranog tima u Austriji.

## GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA



Unatoč svim nepredviđenim događajima, Atlantic Grupa ostvarila je rast na svim svojim tržištima u Europi, Australiji te SAD-u.

Grupa je najveći rast zabilježila u Njemačkoj i Švicarskoj, dok je najveći doprinos rastu na oba tržišta dao brend Argeta s rastom prodaje u odnosu na 2019. godinu od 47% u Njemačkoj te skoro 16% u Švicarskoj. U Njemačkoj je rast rezultat poboljšane distribucije u kanalu masovnog tržišta, provedenih trgovinskih aktivnosti i, na neki način, pozitivnog utjecaja COVID-a 19. U Švicarskoj je rast zabilježen uglavnom zbog trgovinskih aktivnosti koje su doprinijele većoj prodaji. Znatno poboljšanje prodaje Atlantic Grupe zabilježeno je i na tržištu SAD-a s 15% većom prodajom u odnosu na 2019. te u Kanadi gdje je prodaja bila 61% veća u odnosu na 2019.

Tržišta Francuske, Irske i Australije isto su tako zabilježila značajan rast, pri čemu je najveći doprinos rastu dala Argeta. Donat je nastavio rasti na talijanskom tržištu i zabilježio rast prodaje od 11% u odnosu na 2019. godinu.

## DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA



2020. bila je godina velike nesigurnosti i značajnih promjena. Tijekom ove godine Distribucijsko područje Rusija (DP Rusija) odlučilo je pratiti definiranu strategiju, a fokus je i dalje bio na tri osnovna stupa poslovanja: ljudima, brendovima i kupcima. Mali i učinkoviti distribucijski tim uspio je unaprijediti poslovanje s ciljem povećanja vrijednosti te smanjenja troškova.

Brendovi Grupe, Argeta s rastom od 70% i Donat s rastom od 16%, ojačali su svoje pozicije na tržištu Rusije kroz širenje distribucije te poboljšanu prisutnost na policama, marketinške aktivnosti i vidljivost proizvoda u trgovinama. Pad prodaje brenda Bebi, koji je primarno izazvan slabljenjem rublje, u potpunosti je nadoknađen navedenim rastom. Jedan od naših glavnih prioriteta bilo je zadovoljstvo kupaca i ispunjavanje njihovih očekivanja.

Bliska suradnja u lancu opskrbe s velikim maloprodajnim lancima i distributerima omogućilo nam je da smanjimo negativne učinke pandemije na najmanju moguću mjeru te da maksimalno iskoristimo prilike koje su se pojavile, što je rezultiralo održavanjem prihoda na prošlogodišnjoj razini uz značajan rast profitabilnosti.

Dodatne napore smo uložili u pružanje podrške našoj zajednici kako bi prevladali izazove COVID-a 19. Učinili smo sve kako bi osigurali da su naši proizvodi uvijek dostupni na policama za potrošače. Donat je bio među proizvodima koji su aktivno korišteni za jačanje imunološkog sustava, dok je Argeta postala sastavni dio doručka za brojne ruske obitelji.

BRENDOVI GRUPE,  
ARGETA S RASTOM OD

70%

I DONATA S RASTOM OD

16%

OJAČALI SU SVOJE  
POZICIJE NA TRŽIŠTU  
RUSIJE

■ SDP HRVATSKA, SDP SRBIJA,  
SDP SLOVENIJA, DP MAKEDONIJA  
DP AUSTRIJA, GUMD I DP RUSIJA



## Kontrola kvalitete

Procesi kontrole kvalitete u Atlantic Grupi organizirani su unutar nezavisnih odjela Osiguranja kvalitete u operativnom poslovanju kompanije, a usmjereni su prema uravnoteženim ciljevima s korporativne razine. Odjeli kontrole kvalitete međusobno izmjenjuju dobru praksu te iz godine u godinu postavljamo realne, ali izazovne ciljeve te paralelno optimiziramo aktivnosti bez povećavanja rizika za proizvod. Takva složenost organizacije omogućava:

- koordinirano praćenje zakonske regulative,
- implementaciju najbolje prakse,
- optimalno unapređenje i korištenje stručnog znanja s područja mikrobioloških, kemijskih i drugih vrsta opasnosti,
- centralizirano upravljanje dobavljačima po pitanju kvalitete ulaznih materijala,
- dobru i koordiniranu suradnju s ostalim poslovnim procesima,
- specijalizaciju sustava osiguranja kvalitete po specifičnosti problematike pojedinih strateških poslovnih područja u segmentima proizvoda pića, delikatesnih namaza, slatkih i slanih proizvoda, proizvoda iz voća i povrća, dječje hrane i funkcionalne vode.
- sljedivost i održavanje visoke razine kvalitete u fazama transporta, skladištenja i distribucije do kupca.

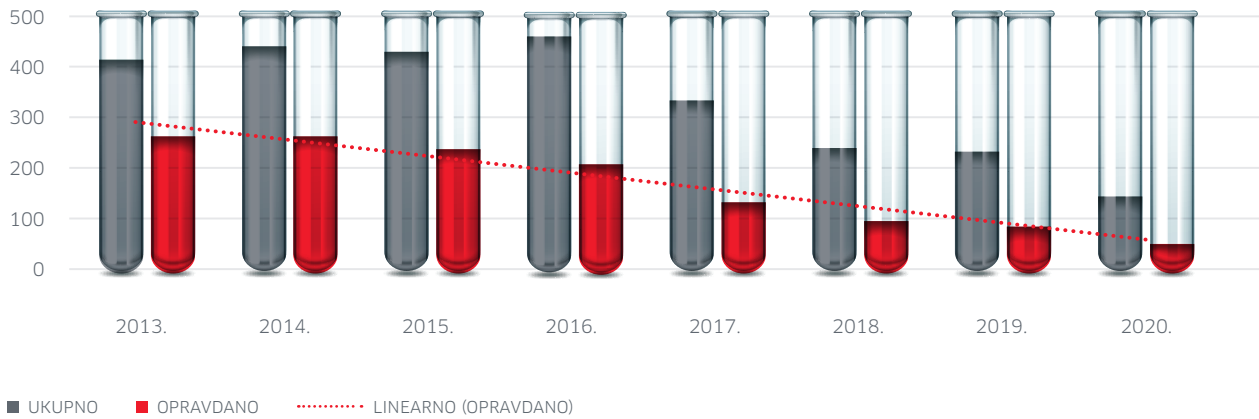
U proizvodnji zdravstveno sigurnih proizvoda važnu ulogu imaju izbor polaznih materijala (bez toksičnog i alergenog djelovanja, bez GMO i sl.), kontrola kvalitete svih ulaznih sirovina i materijala, praćenje svih faza proizvodnje i distribucije, potvrđivanje kvalitete gotovih proizvoda i praćenje zadovoljstva potrošača.

Navodimo najvažnije novosti koje smo u ovom području uveli tijekom 2020.:

- cjelokupni sustav je redovito ažuriran sukladno zahtjevima FSSC 22000 v.5. i IFS Food v.6.1.;
- kroz odgovarajući Priručnik, jasno su definirana pravila ponašanja tijekom trajanja COVID-19 pandemije;
- definirana je korporativna uputa za upravljanje mjerno-ispitnom opremom za sve lokacije poslovanja;
- definirana je metodologija upravljanja akrilamidom, koja se odnosi na jasno definiranje validacijskih procesa prilikom razvoja novih proizvoda te je definiran postupak retrospektivne validacije;
- sukladno nalazima Interne revizije s ciljem ujednačavanja procesa, redefiniran je proces upravljanja dobavljačima usluga koje mogu imati utjecaj na sigurnost hrane;
- dizajniran je novi upitnik za dobavljače kave sa specifičnim pitanjima za tu sirovinu. U suradnji s odjelom nabave kontinuirano se i aktivno radi na povećanju broja dobavljača koji se uz pomoć digitalne platforme u oblaku „Ecratum“ direktno povezuju s našom kompanijom;
- izrađena je nova korporativna procedura za proces odobrenja deklaracija (artworka), koja je usklađena s odjelima koji sudjeluju u procesu (marketing, razvoj, pravni poslovi, regulatorni specijalisti, nabava) nastanka proizvoda;
- pokrenuta je implementacija novog digitalnog rješenja za upravljanje dokumentacijom, koje omogućuje brži rad prilikom njihova odobravanja na korporativnoj i lokalnoj razini.

Brojna druga unapređenja, koja kontinuirano analiziramo i uvodimo temeljem prijedloga odjela za sigurnost hrane, pokazuju svoj pozitivan utjecaj putem ostvarenih rezultata ključnih pokazatelja efikasnosti i indikatora kao što su broj reklamacija potrošača i broj povlačenja proizvoda s tržišta. U 2020. godini svi proizvodi na tržištu su bili 100% sigurni - nismo odradili ni jedno povlačenje ili opoziv proizvoda s tržišta. Veliki trud smo uložili u prikupljanje i analiziranje reakcija i komentara naših potrošača preko pozivnog centra. Pored reklamacija, pratimo i ostale kategorije zaprimljenih primjedbi naših potrošača, kako bi ih analizirali i učinili maksimalno na zadovoljstvo potrošača. Trend praćenja reklamacija s tržišta kroz posljednje razdoblje pokazuje odlične rezultate kontinuiranog smanjenja ukupnog broja reklamacija.

## REKLAMACIJE POTROŠAČA - UKUPNO I BROJ OPRAVDANIH



Laboratorijska ispitivanja ulaznih materijala, poluproizvoda i gotovih proizvoda provode se u tri centralna laboratorija, koji su specijalizirani za kemijska, senzorička i mikrobiološka ispitivanja s vrhunskom mjernom opremom. Pravilnost mjernih rezultata redovno se potvrđuje metodom suradnje unutar međunarodnog laboratorijskog ispitivanja.



## Financijsko poslovanje Atlantic Grupe



**ZORAN STANKOVIĆ**

POTPREDSJEDNIK GRUPE  
ZA FINANCIJE, NABAVU  
I INVESTICIJET

## Izjava potpredsjednika za financije, nabavu i investicije

Pandemija koronavirusa i mjere koje su globalno poduzimane u svrhu njenog suzbijanja obilježile su 2020. godinu, učinile ju izuzetno nepredvidivom i nestabilnom i za posljedicu su imale globalnu recesiju pri čemu su ključna tržišta Atlantic Grupe bila među pogođenijima. I u tako nepovoljnom okruženju, Atlantic Grupa pokazala se otpornom na krizu i ostvarila izuzetne rezultate s rekordnom normaliziranom dobiti prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA\*) od 755,1 milijuna kuna. Unatoč negativnim posljedicama mjera za suzbijanje širenja pandemije koje su se kod nas najviše odrazile na značajan pad prodaje u HoReCa kanalu, padu potrošnje naših proizvoda u „on the go“ segmentu i impulsnom segmentu, te lošijoj turističkoj sezoni u Hrvatskoj, brendovi koji se primarno konzumiraju kod kuće uspjeli su gotovo u potpunosti nadoknaditi navedeni pad, te smo ostvarili prihode od prodaje od 5.252,0 milijuna kuna, što predstavlja usporedivi pad\* od samo 0,4%. Navedeno, uz stabilan novčani tijek, omogućava nastavak razduživanja koje je dovelo do daljnjeg smanjenja troškova kamata i rekordno niske zaduženosti pri čemu je zabilježen omjer neto duga i EBITDA\* od 1,0 puta.

Unatoč situaciji s pandemijom, izvršena su rekordno visoka kapitalna ulaganja u iznosu od 243 milijuna kuna, a isplaćena je i dividenda od 25 kuna po dionici u ukupnom iznosu od 83 milijuna kuna.

U 2020. godini nastavili smo s dezinvestiranjem nestratičkih poslovnih djelatnosti u skladu s korporativnom strategijom Grupe. Atlantic Grupa i Nelt Grupa sklopili su ugovor o kupoprodaji brenda dječje prehrane Bebi, simbola za europsku kvalitetu i porijeklo u segmentu ceralija za djecu u Rusiji. Završetak transakcije se očekuje sredinom 2021. godine.

U prosincu 2020. godine uspješno smo izdali korporativne obveznice u iznosu od 300 milijuna kuna. Investicijska zajednica još jednom je pokazala snažno povjerenje prema Atlantic Grupi te smo posebno ponosni na povijesno nisku ostvarenu kamatnu stopu od 0,875% na korporativne obveznice u nefinancijskom sektoru na hrvatskom tržištu kapitala. To je čvrsti indikator da su investitori, u situaciji gospodarsko-zdravstvene krize i neizvjesnosti oko daljnjeg razvoja i posljedica pandemije, prepoznali poslovni model Atlantic Grupe kao stabilan te nisko rizičan. Također, investicijska zajednica nam je još jednom odala priznanje za fer i transparentne odnose prema investitorima te smo dobili prvu nagradu za odnose s investitorima. Ova nagrada se dodjeljuje jedanaestu godinu zaredom u suradnji Poslovnog dnevnika i Zagrebačke burze te je Atlantic Grupa od

izlaska na Burzu, svake godine laureat jedne od nagrada za odnose s investitorima. Također, dobili smo još jedno priznanje; PwC zajedno s predstavnicima Zagrebačke burze dodijelio nam je nagradu za vodeće društvo u otvorenosti komunikacije sa svojim dionicima: PwC nagrada za građenje povjerenja javnosti. Cilj nagrade je prepoznati i nagraditi društva koja se diversificiraju kroz jasnoću i transparentnost izvješćivanja i time grade povjerenje u društvu. Uz navedeno, svakako valja istaknuti da je u 2020. godini Atlantic Grupa zabilježila povijesno najvišu tržišnu kapitalizaciju otkad se Atlanticovom dionicom trguje na Zagrebačkoj burzi.



\* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFievima). 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 2020. godini

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

(u milijunima kuna)	2020.	2019.	2020./2019.
SPP Kava	<b>1.106,9</b>	1.136,0	(2,6%)
SPP Delikatesni namazi	<b>836,1</b>	726,6	15,1%
SPP Slatko i slano	<b>644,3</b>	674,6	(4,5%)
SPP Pića	<b>481,7</b>	556,9	(13,5%)
SPP Pharma	<b>539,8</b>	643,9	(16,2%)
PP Donat	<b>196,3</b>	191,2	2,7%
SDP Hrvatska	<b>1.250,3</b>	1.368,7	(8,7%)
SDP Srbija	<b>1.231,5</b>	1.263,9	(2,6%)
SDP Slovenija	<b>981,3</b>	941,6	4,2%
Ostali segmenti*	<b>786,9</b>	732,4	7,4%
Usklada**	<b>-2.802,9</b>	-2.804,1	n/p
Prihod od prodaje	<b>5.252,0</b>	5.431,7	(3,3%)

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2020. godinu.

Atlantic Grupa je u 2020. godine ostvarila 5,3 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja pad od 3,3% u odnosu na prethodnu godinu. Ako isključimo utjecaj prihoda dezinvestiranog poslovanja, prodaje Strateškog poslovnog područja Sportske i aktivne prehrane, prodaje brendova Dietpharm i Multivita te distribuciju bidona, usporedivi prihodi od prodaje\*\*\* su gotovo na prošlogodišnjim razinama, a unatoč krizi uzrokovanom pandemijom. Najbolje rezultate ostvarili su Delikatesni namazi, Donat i ljekarnički lanac Farmacia.

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 2020. godinu.

\* Ostali Segmenti uključuju SPP Sportska i aktivna prehrana, 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 (MSFlevima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (APMovima (eng. Alternative Performance Measures (APM))) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“



**STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA** bilježi pad prihoda od prodaje primarno na tržištu Srbije i Bosne i Hercegovine koji je djelomično nadoknađen rastom na tržištima Hrvatske, Slovenije, Sjeverne Makedonije, Njemačke i Austrije. Espresso kava bilježi značajan pad kao posljedica mjera za suzbijanje pandemije (restrikcije rada HoReCa kanala), pri čemu Barcaffe Peretto kapsule bilježe udvostručenje prodaje, „kava za ponijeti“ bilježi visoke dvoznamenkaste stope rasta, dvoznamenkaste stope rasta bilježe i instanti. Također, rast ostvaruje svježe mljevena pržena kava pod brendom Barcaffe.



Dvoznamenkasti rast bilježi **STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI** kao posljedica izvrsnih poslovnih rezultata na gotovo svim regionalnim tržištima, rasta prodaje na zapadnoeuropskim tržištima (Njemačke, Austrije, Švicarske, Francuske i Italije) te na tržištu Rusije. Promjena potrošačkih navika uslijed pandemije COVID-19 u smislu povećane konzumacije u vlastitim domovima nedvojbeno je imala pozitivan utjecaj na ovo poslovno područje. Rast je zabilježio i mesni i riblji segment delikatesnih namaza. Također, kategorije ajvar i džemovi pod brendom Bakina tajna bilježe rast prihoda od prodaje.



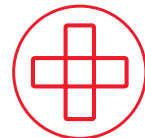
**STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO** bilježi pad prihoda od prodaje primarno na tržištu Srbije i Bosne i Hercegovine koji je djelomično nadoknađen rastom na tržištima Slovenije, Austrije, Kosova (ponovni ulazak na tržište nakon ukidanja carinskih ograničenja) i Švicarske. Gledano po kategorijama, rast ostvaruje slani dio asortimana, primarno flips pod brendom Smoki i Prima štapići uz istovremeni pad slatkog programa. Većina brendova slatkog programa ugrožena je negativnim utjecajem pandemije uslijed smanjene OOH konzumacije, smanjenih impulsnih kupovina i kupovina za poklon. Izuzetak u slatkom programu čini čokolada pod brendom Menaž kao posljedica povećane konzumacije kod kuće (pripremanje slastica).



**STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA** je segment koji je najviše pogođen mjerama lokalnih vlasti za suzbijanje pandemije. Najveći je utjecaj imalo zatvaranje ugostiteljskih objekata, zatim mijenjanje navika potrošača radi smanjene mobilnosti (s konzumiranja proizvoda u pokretu i van kuće na konzumiranje unutar kućanstava) te izostanak potpunog sezonskog utjecaja u Hrvatskoj, dominantnom tržištu ovog segmenta. Pad prihoda od prodaje na većini regionalnih tržišta djelomično je nadoknađen rastom na tržištu Njemačke i Srbije. Brendovi Cedevita i Cockta bilježe značajan pad prodaje u HoReCa kanalu uslijed mjera za suzbijanje pandemije, što je djelomično nadoknađeno značajnim rastom prodaje Cedevite namijenjene konzumaciji kod kuće. Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prodaje distribucije vode u galonima, koja je prošle godine dezinvestirana, prodaja ovog područja je pala 10,4%.



**STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PHARMA** bilježi pad prodaje kao posljedica dezinvestiranja brendova Dietpharm i Multivita krajem prošle godine te izlaska iz veledrogerijskog poslovanja. Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prodaje navedenog portfelja, prodaja ovog područja je gotovo na prošlogodišnjoj razini. Ljekarnički lanac Farmacia nakon dvoznamenkastog rasta u prvom kvartalu uslijed prvog vala pandemije bilježio je usporavanje rasta da bi uslijed pogoršanja epidemiološke situacije (tzv. drugog vala) u zadnjem kvartalu bilježio rast koji je djelomično uzrokovan povećanom potražnjom za lijekovima, dodacima prehrani, dezinficijensima i zaštitnom opremom uslijed pandemije te na godišnjoj razini ostvaruje rast od 4,5%. Navedenim rastom u potpunosti je nadoknađen pad prihoda od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi na ruskom tržištu, uzrokovan daljnjim slabljenjem ruske rublje.



**POSLOVNO PODRUČJE DONAT** bilježi rast prodaje ponajprije zahvaljujući dvoznamenkastom rastu na tržištu Rusije ali i rastu na tržištu Slovenije i Italije čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje na tržištu Srbije.



**STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA** bilježi pad prodaje kako vlastitih tako i principalskih brendova primarno kao posljedica mjera za suzbijanje pandemije koje su rezultirale ograničenim radom pojedinih kanala i kupaca (primarno HoReCa kanala), kao i smanjenog broja turista što je direktno utjecalo na niža ostvarenja tijekom turističke sezone. Također, uslijed pandemije došlo je i do pada konzumacije van kuće („OOH“ – „Out of Home“) i impulsnog asortimana. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom proizvoda koji su namijenjeni za konzumaciju kod kuće, prvenstveno Barcaffea u segmentu kave, Cedevite u kanalu maloprodaje, Argete u segmentu delikatesnih namaza te Smokija u segmentu slatko i slano, ali i gotovo udvostručenom prodajom kave pod brendom Barcaffea za konzumaciju u pokretu („on the go“). Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prodaje vode u galonima, koja je dezinvestirana prošle godine, prodaja ovog područja bilježi pad od 6,9%.

**STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA** bilježi blagi pad primarno kao posljedica pada prodaje u HoReCa kanalu, općenito OOH i impulsnog asortimana, ali i dijela asortimana iz segmenta slatko i slano te segmenta kave. Pad ovih segmenata djelomično je nadoknađen rastom prodaje Cedevite u maloprodajnom kanalu, Argete i Bakine tajne u segmentu delikatesnih namaza te Smokija i čokolade Menaž u segmentu slatko i slano. Među principalskim brendovima se ističu novi principalni Kandid i Saponia.

**STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA** bilježi rast prihoda od prodaje od gotovo svih vlastitih brendova pri čemu se osobito ističu delikatesni namazi pod brendom Argeta, svježe mljevena pržena kava pod brendom Barcaffea, Cedevita u maloprodajnom kanalu te Smoki. Među principalskim brendovima ističe se Unilever te novi principalni Saponia i Kandid. Kao i na svim tržištima, i na slovenskom tržištu primjetno je povećanje potrošnje u kućanstvima dok HoReCa kanal bilježi pad prihoda od prodaje.

**OSTALI SEGMENTI** bilježe rast prihoda u gotovo svim svojim dijelovima osim distribucijskog područja Rusija. Kada bismo isključili utjecaj prodaje strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana koja je u potpunosti dezinvestirano prošle godine, ostali segmenti bilježe rast od 11,7%.

**DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA** ostvarilo je rast prodaje zahvaljujući rastu prodaje vlastitih brendova, prvenstveno Argete u segmentu delikatesnih namaza, Grand kafe u segmentu kave te Smokija u kategoriji flipsa, ali i principalskih brendova među kojima se ističe Ferrero te novi principalni Beiersdorf i Ficosota.

**DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA** bilježi dvoznamenkaste stope rasta zahvaljujući rastu svih vlastitih brendova, prvenstveno rasta Argete u segmentu delikatesnih namaza, svježe mljevene pržene kave pod brendom Grand kafa te Smokija i Prima štapića u segmentu slatko i slano.

Dvoznamenkaste stope rasta prodaje ostvarilo je **GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA** uslijed rasta prodaje svih vlastitih brendova pri čemu najveći rast bilježi tržište Njemačke, Švicarske, Francuske, Italije, SAD-a i Kanade. Gledano po kategorijama najviše prednjači Argeta u segmentu delikatesnih namaza, svježe mljevena pržena kava pod brendom Grand kafa te Smoki u segmentu slatko i slano.

**DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA** je gotovo na prošlogodišnjoj razini prihoda od prodaje pri čemu dječja hrana pod brendom Bebi bilježi pad koji je gotovo u potpunosti nadoknađen rastom prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta i funkcionalne vode Donat.

## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

**2020.**

KAVA		21,1 %
DELIKATESNI NAMAZI		15,9 %
SLATKO I SLANO		12,3 %
PHARMA		10,3 %
PIĆA		9,2 %
DONAT		3,7 %
PRINCIPALSKI BRENDOVI		27,5 %

**2019.**

KAVA		20,9 %
DELIKATESNI NAMAZI		13,4 %
SLATKO I SLANO		12,4 %
PHARMA		9,9 %
PIĆA		10,3 %
DONAT		3,5 %
PRINCIPALSKI BRENDOVI		29,6 %



## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	2020.	% prihoda od prodaje	2019.	% prihoda od prodaje	2020./2019.
Hrvatska	1.724,2	32,8%	1.885,2	34,7%	(8,5%)
Srbija	1.248,8	23,8%	1.291,3	23,8%	(3,3%)
Slovenija	982,1	18,7%	943,1	17,4%	4,1%
Bosna i Hercegovina	388,2	7,4%	430,3	7,9%	(9,8%)
Ostala tržišta regije*	418,9	8,0%	419,3	7,7%	(0,1%)
Ključna europska tržišta**	251,8	4,8%	220,5	4,1%	14,2%
Rusija i ZND	139,2	2,7%	156,5	2,9%	(11,0%)
Ostala tržišta	98,8	1,9%	85,5	1,6%	15,6%
Prihod od prodaje	5.252,0	100,0%	5.431,7	100,0%	(3,3%)

- **TRŽIŠTE HRVATSKE** ostvarilo je pad prodaje uzrokovan primarno padom prodaje u HoReCa kanalu, općenito OOH i impulsnog asortimana kao posljedica mjera za suzbijanje pandemije te je padu pridonijela i slabija turistička sezona. Rastom Barcaffea u kategoriji svježe mljevene pržene kave, Argete u segmentu delikatesnih namaza, Smokija u segmentu slatko i slano i ljekarničkog lanca Farmacia djelomično je nadoknađen pad prodaje Barcaffa espresso te Cedevite i Cockte u HoReCa kanalu. Na pad prodaje principalskih brendova najznačajnije je utjecala smanjena impulsna potrošnja. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje dezinvestiranog poslovanja, distribucije vode u galonima, prodaju brenda Dietpharm i s tim povezan izlazak iz vedrogerijskog poslovanja, tržište Hrvatske bilježi pad od 3,9%.
- **TRŽIŠTE SRBIJE** bilježi pad kao posljedica mjera za suzbijanje pandemije koje su se najviše reflektirale u padu prodaje u HoReCa kanalu, općenito konzumacije van kuće (OOH) i impulsnog asortimana. Pad prodaje bilježi Grand kafa u segmentu kave, dio asortimana iz segmenta slatko i slano te Cedevita i Cockta u HoReCa kanalu u segmentu pića koji je djelomično nadoknađen rastom prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza, Cedevite u maloprodajnom kanalu te Smokija u segmentu slatko i slano. Među principalskim brendovima ističe se Alkaloid te novi principi Saponia i Kandid.
- Rast prihoda od prodaje na **TRŽIŠTU SLOVENIJE** temelji se na rastu prodaje gotovo svih kategorija proizvoda pri čemu se osobito ističe svježe mljevena pržena kava pod brendom Barcaffea, delikatesni namazi pod brendom Argeta, Cedevita u maloprodajnom kanalu te flips pod brendom Smoki. Također, rastu su značajno doprinijeli novi principi Saponia i Kandid te rast principala Unilever.
- **TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE** bilježi pad prodaje uslijed pada prodaje Grand kafe u segmentu kave, dijela asortimana slatko i slano te značajnog pada Cedevite i Cockte u HoReCa kanalu. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom Argete u segmentu delikatesnih namaza i flipsa pod brendom Smoki. Ukoliko isključimo utjecaj dezinvestiranog poslovanja odnosno prodaju brenda Dietpharm, ovo tržište bilježi pad od 6,7%.
- **OSTALA TRŽIŠTA REGIJE** bilježe prihode od prodaje na gotovo istoj razini kao i prošle godine. Makedonija i Kosovo bilježe rast prodaje kojem je najviše doprinio rast Argete u segmentu delikatesnih namaza čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje na tržištu Crne Gore uzrokovan mjerama za sprečavanje širenja pandemije i značajno lošijom turističkom sezonom.
- **KLJUČNA EUROPSKA TRŽIŠTA** bilježe rast na svim tržištima pri čemu tržište Austrije i Švicarske bilježi dvoznamenkasti rast uslijed rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te Smokija u segmentu slatko i slano. Ukoliko bismo isključili prodaju brendova iz Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana na tržištu Njemačke, Ključna europska tržišta bi bilježila rast od 29,3%.
- **TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA** bilježi pad prodaje kao posljedica pada prodaje asortimana dječje hrane pod brendom Bebi koji je većim dijelom nadoknađen rastom prodaje funkcionalnih voda pod brendom Donat i delikatesnih namaza pod brendom Argeta. Ako isključimo utjecaj dezinvestiranog poslovanja, prodaje brenda Multivita, prodaja ovog područja bilježi pad od 2,0%.
- Dvoznamenkasti rast prodaje ostvaruju **OSTALA TRŽIŠTA** primarno uslijed rasta prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta na većini Ostalih tržišta pri čemu tržišta Australije, Sjedinjenih Američkih Država i Francuske bilježe najznačajniji rast. Ukoliko bismo isključili prodaju brendova iz Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana te brenda Dietpharm, Ostala tržišta bi bilježila rast prodaje od 20,8%.

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

\*\* Ključna europska tržišta: Njemačka, Švicarska, Austrija, Švedska  
Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2020. godinu.

## PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

### 2020.



### 2019.



Usporedno razdoblje prilagodeno je izvještavanju za 2020. godinu.

**VLASTITI BRENDOVI** ostvarili su prihode od prodaje u iznosu od 3.332,9 milijuna kuna što predstavlja blagi pad uslijed pada prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand Kafa, Najlepših želja u segmentu slatko i slano te Cockte i Cedevite u HoReCa kanalu. Navedeni pad je djelomično ublažen rastom: (i) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (ii) svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffè, (iii) Smokija u segmentu slatko i slano, (iv) Cedevite u maloprodajnom kanalu te (v) funkcionalne vode Donat.

**PRINCIPALSKI BRENDOVI** bilježe pad od 10,3% s 1.445,2 milijuna kuna prihoda od prodaje kao posljedica pada prodaje principala sa značajnim udjelom impulsnog asortimana te asortimana za konzumaciju van kuće, uključujući HoReCa kanal pri čemu je taj pad dijelom ublažen novim principalima uključujući Saporniju i Kandid u Sloveniji i Srbiji te Ficosotu i Beiersdorf u Sjevernoj Makedoniji te postojećim principalima Unilever, Hipp i Phillips. Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prodaje iz asortimana Sportske i aktivne prehrane, Dietpharma i Multivite u dijelu u kojem ih nismo nastavili distribuirati te prodaju principalskih brendova putem dezinvestiranog društva Bionatura Bidon Vode d.o.o. (BNBV), principalski brendovi bilježe pad od 1,7%.

Ljekarnički lanac **FARMACIA** bilježi rast prodaje ostvarivši prihode u visini od 474,0 milijuna kuna zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija te višoj prodaji uslijed povećane potražnje za lijekovima, dodacima prehrani, dezinficijensima i zaštitnom opremom kao posljedica pandemije

## Dinamika profitabilnosti u 2020. godini

### DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2020. GODINI

(u milijunima kuna)	2020.	2019.	2020./2019.
Prihod od prodaje	5.252,0	5.431,7	(3,3%)
EBITDA*	716,5	778,7	(8,0%)
Normalizirana EBITDA*	755,1	721,8	4,6%
EBIT *	442,2	500,4	(11,6%)
Normalizirani EBIT *	480,8	443,5	8,4%
Neto dobit *	342,3	390,4	(12,3%)
Normalizirana neto dobit *	377,7	333,4	13,3%
<b>Profitne marže</b>			
EBITDA marža*	13,6%	14,3%	-69BP
Normalizirana EBITDA marža*	14,4%	13,3%	+109BP
EBIT marža*	8,4%	9,2%	-79BP
Normalizirana EBIT marža*	9,2%	8,2%	+99BP
Neto profitna marža*	6,5%	7,2%	-67BP
Normalizirana neto profitna marža*	7,2%	6,1%	+105BP

U 2020. godini EBITDA iznosi 716,5 milijuna kuna, što predstavlja pad od 8,0% u odnosu na prethodnu godinu, odnosno rast od 4,6% ukoliko isključimo utjecaj jednokratnih stavki.

Rast profitabilnosti poslovnih područja Kave, Delikatesnih namaza i Donata te distribucijskih područja Slovenija, Rusija i GUMD, te dezinvestiranje neprofitabilnog segmenta Sportska i aktivna prehrana pridonijeli su rastu normalizirane EBITDA. Pozitivan utjecaj na normalizirani EBITDA imaju i manja marketinška ulaganja kao posljedica dezinvestiranog poslovanja, ali i preraspodjele aktivnosti zbog izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom te niži troškovi osoblja kao posljedica dezinvestiranog poslovanja. Također, niži ostali operativni troškovi, primarno troškovi reprezentacije, poslovnih putovanja i goriva uslijed mjera za suzbijanje pandemije, pozitivno utječu na rast normalizirane EBITDA.

Uz prethodno opisano, normalizirana neto dobit bilježi rast uslijed nižih troškova kamata unatoč negativnom utjecaju tečajnih razlika do kojeg je primarno došlo zbog deprecijacije 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“.

## STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	2020.	% prihoda od prodaje	2019.	% prihoda od prodaje	2020./2019.
Nabavna vrijednost prodane robe	<b>1.564,5</b>	<b>29,8%</b>	<b>1.600,6</b>	<b>29,5%</b>	(2,3%)
Promjene vrijednosti zaliha	<b>-26,7</b>	<b>(0,5%)</b>	<b>-18,2</b>	<b>(0,3%)</b>	n/a
Proizvodni materijal	<b>1.374,9</b>	<b>26,2%</b>	<b>1.421,0</b>	<b>26,2%</b>	(3,2%)
Energija	<b>58,5</b>	<b>1,1%</b>	<b>62,5</b>	<b>1,2%</b>	(6,4%)
Usluge	<b>317,4</b>	<b>6,0%</b>	<b>330,4</b>	<b>6,1%</b>	(4,0%)
Troškovi osoblja	<b>855,6</b>	<b>16,3%</b>	<b>880,5</b>	<b>16,2%</b>	(2,8%)
Troškovi marketinga i prodaje	<b>267,1</b>	<b>5,1%</b>	<b>321,5</b>	<b>5,9%</b>	(16,9%)
Ostali operativni troškovi	<b>197,8</b>	<b>3,8%</b>	<b>197,9</b>	<b>3,6%</b>	(0,0%)
Ostali (dobici)/gubici - neto	<b>3,0</b>	<b>0,1%</b>	<b>-68,4</b>	<b>(1,3%)</b>	(104,4%)
Amortizacija	<b>274,3</b>	<b>5,2%</b>	<b>278,3</b>	<b>5,1%</b>	(1,4%)
<b>Ukupni operativni troškovi*</b>	<b>4.886,5</b>	<b>93,0%</b>	<b>5.006,0</b>	<b>92,2%</b>	<b>(2,4%)</b>

Trošak nabavne vrijednosti prodane robe bilježi pad uslijed manje prodaje principalskih brendova.

Troškovi proizvodnih materijala bilježe pad uslijed manje prodaje vlastitih proizvoda i manje prosječne cijene proizvodnih materijala, primarno kave.

Troškovi energije padaju zbog manje proizvodnje vlastitih proizvoda.

Troškovi usluga bilježe pad primarno zbog manjih transportnih i logističkih troškova uslijed manje prodaje.

Manji troškovi osoblja posljedica su manjeg broja zaposlenih zbog dezinvestiranog poslovanja a unatoč stimulaciji u iznosu od 15% ugovorene plaće za sve zaposlenike kojima priroda rada nije dopuštala mogućnost rada od kuće tijekom početka pandemije (od ožujka do svibnja). Atlantic Grupa je na 31. prosinca 2020. zapošljavala 5.443 osoba, što je 22 osoba manje u odnosu na prošlu godinu.

Manji marketinški troškovi su posljedica dezinvestiranog poslovanja i preraspodjele aktivnosti zbog izvanrednih okolnosti uzrokovanih pandemijom.

Ostali operativni troškovi sadrže 36,7 milijuna kuna troškova donacija i ostalih troškova vezanih uz COVID-19. Kada isključimo te jednokratne troškove, ostali troškovi bilježe značajan pad uslijed manjih troškova putovanja, troškova goriva i troškova reprezentacije kao posljedica mjera za suzbijanje pandemije (rad od kuće, nemogućnost poslovnih putovanja, itd.).

Ostali (dobici)/gubici - neto: Većinom se odnosi na jednokratnu dobit od 57,0 milijuna kuna dobiti ostvarene iz dezinvestiranja u 2019. godine dok se ovogodišnji iznos u najvećoj mjeri odnosi na negativne tečajne razlike.

\* 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“.



## OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	2020.	2019.	2020./2019.
SPP Kava	284,3	266,6	6,7%
SPP Delikatesni namazi	191,3	149,5	27,9%
SPP Slatko i slano	114,9	126,0	(8,8%)
SPP Pića	87,0	88,2	(1,4%)
SPP Pharma	29,4	58,2	(49,5%)
PP Donat	90,0	89,1	1,1%
SDP Hrvatska	48,6	62,1	(21,7%)
SDP Srbija	34,1	41,2	(17,3%)
SDP Slovenija	62,5	60,0	4,2%
Ostali segmenti*	(225,7)	(162,3)	(39,1%)
Grupna EBITDA**	716,5	778,7	(8,0%)

**STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNA PODRUČJA:** SPP Kava ostvarilo je bolju profitabilnost kao rezultat povoljnije bruto marže uslijed nižih cijena sirove kave te ušteda na marketinškim troškovima. SPP Delikatesni namazi bilježi značajan rast profitabilnosti zahvaljujući rastu prihoda unatoč višim troškovima marketinga i troškovima osoblja. SPP Slatko i slano bilježi pad profitabilnosti uslijed niže prodaje uz zadržavanje prošlogodišnje relativne bruto marže. SPP Pića bilježi blagi pad profitabilnosti unatoč značajnom padu prodaje. SPP Pharma ostvarilo je nižu profitabilnost kao posljedica dezinvestiranog poslovanja (Multivita i Dietpharm) te manje profitabilnosti dječje hrane unatoč većoj profitabilnosti ljekarničkog lanca Farmacia. PP Donat bilježi rast dobiti uslijed više prodaje, povoljnije bruto profitne marže i manjih marketinških ulaganja, a unatoč višim troškovima osoblja.

**STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA I DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA:** Do pada profitabilnosti SDP Hrvatska dolazi uslijed manje prodaje unatoč nižim troškovima osoblja i transportnim troškovima. SDP Srbija bilježi pad profitabilnosti zbog niže prodaje i većih troškova osoblja (povećanje zakonskog minimuma i novi zaposleni kao rezultat širenja distribucijskog portfelja) te većih troškova transporta. SDP Slovenija ostvaruje rast profitabilnosti zbog većih prihoda od prodaje i nižih troškova zaposlenih unatoč većim troškovima transporta.

**OSTALI SEGMENTI:** Ako isključimo jednokratne troškove od 38,6 milijuna kuna koji se najvećim dijelom odnose na donacije i ostale troškova vezane uz COVID-19 te 57,0 milijuna kuna jednokratne dobiti ostvarene prošle godine dezinvestiranjem, Ostali segmenti bilježe rast profitabilnosti kao posljedica dezinvestiranja negativno profitabilnog segmenta Sportska i aktivna prehrana, rasta profitabilnosti DP Austrija, GUMDa i DP Rusija te manjih troškova centralnih funkcija.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2020. godinu

\* Ostali segmenti uključuju SPP Sportska i aktivna prehrana, 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 Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata.

\*\* Određene financijske mjere nisu definirane međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFievima), 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 2020. godini

## FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	31.12.2020.	31.12.2019.
Neto dug*	740,1	922,7
Ukupna imovina	5.411,7	5.247,3
Ukupno kapital i rezerve	2.948,0	2.669,8
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,3	1,3
Pokazatelj zaduženosti*	20,1%	25,7%
Neto dug/EBITDA*	1,0	1,3
Pokriće troška kamata*	29,4	20,5
Kapitalna ulaganja*	242,7	225,2
Slobodni novčani tok*	334,4	361,1
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	577,1	586,4

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2020.godini važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti niži je za čak 562 baznih bodova zahvaljujući smanjenju neto duga od 183 milijuna kuna u odnosu na kraj 2019. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA spustila se s 1,3 na kraju 2019. godine na 1,0 na kraju 2020. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi pad uslijed viših kapitalnih ulaganja.

## STRUKTURA KAPITALA I OBVEZA ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. PROSINCA 2020. GODINE

### 2020.

UKUPNI KAPITAL I REZERVE		54,5 %
DUGOROČNE FINANCIJSKE OBVEZE		4,9 %
KRATKOROČNE FINANCIJSKE OBVEZE		11,0 %
OBVEZNICA		5,5 %
DOBAVLJAČI I OSTALE OBVEZE		17,6 %
OSTALE OBVEZE		6,5 %

\* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSF/euroma). 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 pad kao posljedica isplata vezanih uz pandemiju koronavirusa (donacije i interni troškovi prevencije) te kretanja radnog kapitala, primarno povećanja zaliha, unatoč nižim troškovima financiranja i nižeg poreza.

Kapitalna ulaganja u 2020. godini izvršena su prema i u opsegu plana unatoč promjenama okolnosti u načinu izvođenja uvjetovanih pandemijskom situacijom.

Od značajnih investicija ističu se:

**SPP PIĆA:** Uspješno završeni investicijski projekti u novu liniju Cedevice GO te u novu liniju za Cedevisa HoReCa 19g.

**SPP KAVA:** Završen investicijski projekt proizvodnje i pakiranja instant kave. Primjereno promjenama navika potrošača povećane su investicije u nabavku opreme za Coffee2Go.

**SPP DELIKATESNI NAMAZI:** Završeni su investicijski projekti u linije za novi format sekundarnog pakiranja u pogonu Izola i pogonu Hadžići. Započet je novi investicijski ciklus u novu dodatnu liniju za pakiranje u pogonu Izola.

**SPP SLATKO I SLANO:** Završena je instalacija nove linije za lijevanje čokolade s najnaprednijom tehnologijom, prva linija takve vrste u CEE regiji. Započet je investicijski projekt vezan za spomenutu liniju kojim će se uvesti novi način pakiranja čokolada.

**IT:** ulaganja u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjenu opreme.

# Očekivanja menadžmenta za 2021. godinu

## OSVRT MENADŽMENTA NA MAKROEKONOMSKA OČEKIVANJA

Nakon 5 godina solidnog gospodarskog rasta, hrvatsko gospodarstvo bilježi značajan pad ekonomske aktivnosti, kao posljedica globalne pandemije i mjera prevencije. Uzimajući u obzir veliku neizvjesnost vezanu za tijek pandemije, očekivanu procijepljenost stanovništva, EU paket pomoći i veliku ovisnost hrvatskog gospodarstva o uspješnosti turističke sezone, menadžment Atlantic Grupe očekuje djelomični oporavak hrvatskog gospodarstva tokom ove godine te potpuni povratak na predkriznu aktivnost u 2022. godini.

Pandemija COVID-19 će tijekom 2021. godine nastaviti utjecati i na zemlje regije, no uz uvođenje blažih mjera i ograničenja, potpomognuto uvođenjem cjepiva, menadžment očekuje gospodarski oporavak od polovice 2021. godine. Glavni generator slovenskog rasta biti će javne investicije, potaknute sredstvima iz EU fondova. Također, očekuje se rast srpskog gospodarstva koje je zabilježilo jednu od najmanjih kontrakcija u regiji u 2020. godini.

Gospodarstva eurozone su u 2020. godini značajno pogodena utjecajem globalne pandemije, te su obilježena općim padom i usporavanjem aktivnosti. S obzirom na kašnjenja s nabavom cjepiva i samim cijepljenjem te opću zabrinutost oko potencijalno novih mutacija koronavirusa, većina zemalja je produžila „lockdown“ i strože mjere za suzbijanje pandemije, i na taj način je usporen oporavak eurozone. U ovoj godini očekujemo skromni oporavak eurozone pri čemu očekujemo povratak BDP na pretkrizne razine tek polovicom 2022. godine.

Kao i na sva spomenuta gospodarstva, pandemija je imala negativan utjecaj i na rusku ekonomiju, na koju je dodatno negativno utjecao i pad cijena nafte uslijed pandemije. Očekuje se fiskalno pooštavanje što će utjecati na smanjenje osobne potrošnje te se u 2021. godini očekuje tek slabi gospodarski rast.

## STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2021. GODINU

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

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

Uz pretpostavku da će se u prvoj polovici godine postići značajna procijepljenost te da će doći do ublažavanja odnosno ukidanja mjera za suzbijanje pandemije, očekujemo srednji jednoznamenasti organski rast prihoda od prodaje u odnosu na 2020. godinu koji će pratiti intenzivnija marketinška ulaganja. Uz navedeno, u prvoj polovici 2021. godine planiramo lansiranje dva nova brenda koja će pratiti značajna inicijalna ulaganja što će, u kombinaciji s prethodno navedenim, vjerojatno rezultirati nešto nižom normaliziranom EBITDA-om u odnosu na onu ostvarenu 2020. godine.

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

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

## 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

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)	2020.	2019.	2020./2019.
Prodaja	5.252,0	5.431,7	(3,3%)
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF		27,8	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm		57,6	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita		16,4	
Izlazak iz veletrgovačkog poslovanja		33,4	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - voda u galonima (BNBV)		25,7	
Usporediva prodaja	5.252,0	5.270,8	(0,4%)

(u milijunima kuna)	SBU Pića	SBU Pharma	SDU Hrvatska	Ostali segmenti
Objavljeno 2019.	556,9	643,9	1.368,7	732,4
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF				27,8
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm		57,6		
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita		16,4		
Izlazak iz veletrgovačkog poslovanja		33,4		
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - BNBV*	19,4		25,7	
Usporediva prodaja 2019.	537,5	536,6	1.343,0	704,5
Objavljeno 2020.	481,7	539,8	1.250,3	786,9
2020./2019.	(10,4%)	0,6%	(6,9%)	11,7%



(u milijunima kuna)	Hrvatska	Srbija	Slovenija	Bosna i Hercegovina
Objavljeno 2019.	<b>1.885,2</b>	<b>1.291,3</b>	<b>943,1</b>	<b>430,3</b>
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF				
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm	32,6	6,2	0,3	12,6
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita		0,3		1,6
Izlazak iz veledrogerijskog poslovanja	33,4			
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - BNBV*	25,4		0,3	
Usporediva prodaja 2019.	<b>1.793,8</b>	<b>1.284,8</b>	<b>942,5</b>	<b>416,0</b>
Objavljeno 2020.	1.724,2	1.248,8	982,1	388,2
2020./2019.	<b>(3,9%)</b>	<b>(2,8%)</b>	<b>4,2%</b>	<b>(6,7%)</b>

(u milijunima kuna)	Ostala tržišta regija	Ključna europska tržišta	Rusija i CIS	Ostala tržišta
Objavljeno 2019.	<b>419,3</b>	<b>220,5</b>	<b>156,5</b>	<b>85,5</b>
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF		25,9		2,0
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm	3,9		0,3	1,7
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita	0,4		14,0	
Izlazak iz veledrogerijskog poslovanja				
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - BNBV*				
Usporediva prodaja 2019.	<b>415,0</b>	<b>194,7</b>	<b>142,1</b>	<b>81,8</b>
Objavljeno 2020.	418,9	251,8	139,2	98,8
2020./2019.	<b>0,9%</b>	<b>29,3%</b>	<b>(2,0%)</b>	<b>20,8%</b>

(u milijunima kuna)	2020.	2019.	2020./219.
Prodaja principalskih brendova	<b>1.445,2</b>	<b>1.610,3</b>	<b>(10,3%)</b>
Prodaja dezinvestiranog SPP SFF		27,8	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Dietpharm		57,6	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - brend Multivita		16,4	
Izlazak iz veledrogerijskog poslovanja		33,4	
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - voda u galonima (BNBV)		5,3	
Usporediva prodaja principalskih brendova	<b>1.445,2</b>	<b>1.469,9</b>	<b>(1,7%)</b>

(u milijunima kuna)	2020.	2019.	2020./219.
Prodaja vlastitih brendova	<b>3.332,9</b>	<b>3.367,9</b>	<b>(1,0%)</b>
Prodaja dezinvestiranog poslovanja - voda u galonima (BNBV)		20,4	
Usporediva prodaja vlastitih brendova	<b>3.332,9</b>	<b>3.347,4</b>	<b>(0,4%)</b>

\* odnosi se na prodaju galonske vode koja je uključena i u SPP Pića kojem pripada, ali i u SDP Hrvatska kroz koje su proizvodi distribuirani.



## 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 priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima) uvećanoj za amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine i umanjenje vrijednosti (vidi bilješke 13, 14, 15 u priloženim 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, kupnja i prodaja podružnica u priloženim 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 većinom odnose na troškove/prihode kao rezultat poreznih inspekcija. Uprava Grupe pregledava 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)	2020.	2019.	2020. /2019.
Dobit iz poslovanja	442,2	500,4	(11,6%)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	274,3	278,3	(1,4%)
EBITDA	716,5	778,7	(8,0%)
Troškovi i (dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	6,4	(57,0)	
COVID-19 troškovi	36,7		
Ostali jednokratni (prihodi) i troškovi, neto	(4,5)		
Normalizirana EBITDA	755,1	721,8	4,6%
Prodaja	5.252,0	5.431,7	
EBITDA marža	13,6%	14,3%	
Normalizirana EBITDA marža	14,4%	13,3%	

## 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 priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

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

(u milijunima kuna)	2020.	2019.	2020./2019.
Dobit iz poslovanja	442,2	500,4	(11,6%)
EBIT	442,2	500,4	(11,6%)
Troškovi i (dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	6,4	(57,0)	
COVID-19 troškovi	36,7	0,0	
Ostali jednokratni (prihodi) i troškovi, neto	(4,5)	0,0	
Normalizirana EBIT	480,8	443,5	8,4%
Prodaja	5.252,0	5.431,7	
EBIT marža	8,4%	9,2%	
Normalizirana EBIT marža	9,2%	8,2%	

## NETO DOBIT I NORMALIZIRANA NETO DOBIT



Neto dobit je međuzbroj koji je iskazan u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima.

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)	2020.	2019.	2020./2019.
Neto profit	342,3	390,4	(12,3%)
Troškovi i (dobit) po osnovi dezinvestiranja, neto	6,4	(57,0)	
COVID-19 troškovi	33,5		
Ostali jednokratni (prihodi) i troškovi, neto	(4,5)		
Normalizirana neto dobit	377,7	333,4	13,3%
Prodaja	5.252,0	5.431,7	
Neto profitna marža	6,5%	7,2%	
Normalizirana neto profitna marža	7,2%	6,1%	

## UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI

Ukupni operativni troškovi su međuzbroj sljedećih stavki koje su iskazane u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima: 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 revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima. Grupa koristi kapitalna ulaganja kao APM kako bi osigurala alokaciju novca u skladu sa strategijom Grupe.

## NETO DUG I NETO DUG PREMA EBITDA

Uprava koristi neto dug za ocjenu financijskih kapaciteta Grupe. Neto dug definira se kao zbroj kratkoročnih i dugoročnih obveza po primljenim kreditima, kratkoročnih i dugoročnih obveza za najam i derivativnih financijskih instrumenata umanjnih za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima, kao što je prikazano u nastavku:

(u milijunima kuna)	31.12.2020.	31.12.2019.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	299,5	412,6
Dugoročne obveze po najmovima	263,5	295,5
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	511,7	517,3
Kratkoročne obveze po najmovima	84,8	80,0
Derivativni financijski instrumenti, neto	7,1	1,8
Novac i novčani ekvivalenti	-426,5	-384,5
<b>Neto dug</b>	<b>740,1</b>	<b>922,7</b>
Normalizirana EBITDA	755,1	721,8
<b>Neto dug/Normalizirana EBITDA</b>	<b>1,0</b>	<b>1,3</b>

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



## ODNOS KRATKOTRAJNE IMOVINE I KRATKOROČNIH OBVEZA

Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza uspoređuje svu kratkotrajnu imovinu Grupe s njenim kratkoročnim obvezama koje su iskazane u Konsolidiranoj bilanci u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

(u milijunima kuna)	2020.	2019.
Kratkotrajna imovina	2.259,5	2.170,5
Kratkotrajne obveze	1.674,5	1.648,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,3	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)	2020.	2019.
Neto dug	740,1	922,7
Ukupno kapital	2.948,0	2.669,8
Pokazatelj zaduženosti	20,1%	25,7%

## POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem normalizirane EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 10 - Rashodi od financiranja - neto u priloženim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima), 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)	2020.	2019.
Normalizirana EBITDA	755,1	721,8
Ukupno rashodi od kamata	25,7	35,2
Normalizirano pokriće troška kamata	29,4	20,5



## 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 revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima.

(u milijunima kuna)	2020.	2019.
Neto operativni novčani tijek	<b>577,1</b>	586,4
Kapitalna ulaganja	<b>242,7</b>	225,2
Slobodni novčani tijek	<b>334,4</b>	<b>361,1</b>



# Rizici poslovanja Atlantic Grupe

## RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA

Rizik poslovnog okruženja uključuje političke, makroekonomske, socijalne rizike, rizike prirodnih nepogoda i zdravstvenih ugroza na svim tržištima na kojima kompanija posluje i koji imaju direktni utjecaj na poslovanje, dok kompanija na iste, u načelu, ne može direktno individualno utjecati. Politički rizik odnosi se na sve rizike koji bi potencijalno utjecali na političku nestabilnost pojedine države te može utjecati na odnose s drugim državama što za posljedicu može imati i nepoželjne trgovinske efekte. Pravni okvir Republike Hrvatske koja djeluje kao stabilna parlamentarna demokracija i punopravna članica Europske unije od 1. srpnja 2013. godine je stabilan te se kontinuirano usklađuje s pravnim okvirom Europske unije. S druge strane, dio država u kojima Grupa posluje nije u Europskoj uniji, još je u fazi razvoja ili je u pretpristupnim pregovorima za članstvo u Europskoj uniji što može prouzročiti određene pravne neizvjesnosti. Pravni okviri dijela zemalja u kojima Grupa posluje sukladno navedenom još uvijek nisu usklađeni sa zakonodavstvom Europske unije te dio tih zemalja još uvijek nema odgovarajuću razinu zakonodavne, sudske i administrativne zaštite.

U konačnici valja istaknuti kako se paneuropska strategija Atlantic Grupe očituje kroz kombinaciju prepoznatljivih europskih brendova u segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta i segmentu funkcionalne vode s brendom Donat te regionalnim brendovima u segmentu kave s vodećim brendovima Barcaffè i Grand kafa, u segmentu pića s vodećim brendovima Cedevisa i Cockta, u segmentu slatko i slano s vodećim brendovima Najlepše želje, Bananica, Štark i Smoki i u segmentu pharma s vodećim ljekarničkim lancem Farmacia.

Kao što je već navedeno, politički i opći društveni rizik je svojstven svim dijelovima jednog društva te na njega pojedina kompanija ne može individualno utjecati, no Atlantic Grupa, kao kompanija koja posluje u više različitih država ove rizike značajno umanjuje kroz diversifikaciju.

Poslovanje svake kompanije je pod utjecajem makroekonomskih rizika koji se pojavljuju na državnoj, regionalnoj ili globalnoj razini. Atlantic Grupa generalno posluje u stabilnoj necikličnoj prehrambenoj industriji, no ni ona nije potpuno imuna na kretanje i utjecaje makroekonomskih varijabli. Na prodaju proizvodnog i distribucijskog asortimana Grupe utječu makroekonomske varijable poput osobne potrošnje, stope nezaposlenosti, razine raspoloživog osobnog dohotka te kretanja u trgovini na malo koje kompanija kontinuirano prati i sukladno njima prilagođava svoje aktivnosti. U slučaju pada BDP-a na tržištima relevantnim za poslovanje Grupe, kupci potencijalno mogu smanjiti potrošnju pojedinih proizvoda iz proizvodnog i/ili distribucijskog portfelja Grupe ili se usmjeriti s brendiranih proizvoda na privatne robne marke. Atlantic Grupa diversifikacijom svojeg proizvodnog i distribucijskog portfelja značajno umanjuje te rizike.

Prirodne nepogode kao što su potres, poplava, ekstremni vremenski uvjeti i ostale prirodne nepogode specifičan su izvor rizika poslovnog okruženja s obzirom na činjenicu da iznenadno mogu utjecati na poslovanje Grupe i cijelog sustava (države ili regija) u kojem Grupa ili dobavljački lanac posluje. Njihovo nastupanje često je povezano s izrazito velikim i dugotrajnim štetama, a sanacija šteta potencijalno traži izdvajanje značajnih materijalnih i finansijskih sredstava koja uglavnom nisu planirana. Ukoliko bi došlo do nastupa prethodno opisanih čimbenika na nekoj od poslovnih lokacija Atlantic Grupe ili poslovnoga partnera Grupe, to bi moglo imati negativan učinak na poslovanje Grupe, posebice s obzirom na sve učestaliju pojavu prirodnih nepogoda te sve veće razmjere štetnih posljedica. Atlantic Grupa smanjuje izloženost ovome riziku korištenjem kvalitetnih instrumenata ublažavanja i prijenosa rizika prirodnih nepogoda konstantnim ulaganjem u novu i kvalitetniju opremu i infrastrukturu te korištenjem instrumenata osiguranja imovine od potencijalnih šteta.

Početkom poslovne 2020. godine pojavio se dodatni rizik pandemije odnosno utjecaja bolesti COVID-19 na poslovanje.

Ovaj rizik se posebno manifestirao kada su kao odgovor na pandemiju COVID-19 vlasti država u kojima Grupa posluje odlučile implementirati mjere za suzbijanja širenja pandemije (tzv. lockdown) koje djelomično onemogućavaju Grupi i poslovnim partnerima Grupe neometano vršenje prodajnih i dobavnih aktivnosti prema svojim kupcima i partnerima. Te mjere su imale i na dan odobrenja/pisanja ovog izvještaja

još uvijek imaju negativan utjecaj na dijelove poslovanja Grupe pretežito vezanoga na prodaju u HoReCa kanalu (primarno iz Strateških poslovnih područja Pića i Kava), kategoriju OTG („on-the-go“ – konzumacija „u pokretu“, primarno iz Strateškog poslovnog područja Pića) i impulsnoga asortimana (primarno iz Strateškog poslovnog područja Slatko i slano i vanjskih principala).

Kako bi Grupa umanjila potencijalni utjecaj prethodno navedenih događaja, Grupa od početka pandemije COVID-19 provodi sljedeće mjere i aktivnosti:

- Edukacija zaposlenika vezano za simptome i prevenciju širenja zaraze COVID-19 te je osigurana dostatna adekvatna higijenska zaštita;
- Jačanje sigurnosnih i javnih zdravstvenih protokola;
- Zabrana svih poslovnih putovanja te odgoda svih team buildinga, konferencija i edukacija, osim putem video poziva;
- Uputa zaposlenima na održavanje sastanaka putem video poziva te odgoda održavanja sastanaka s vanjskim partnerima koji nisu organizirani putem video poziva;
- Dozvola rada od kuće djelatnicima čije pozicije to dozvoljavaju;
- Usklađivanje IT sustava i podrške za nove radne uvjete po principu rada od kuće (home office);
- Obavijest dobavljačima za uvođenje pojačanih higijenskih mjera;
- Povećanje zaliha repromaterijala i gotovih proizvoda, kao i osigurana kontinuirana komunikacija s dobavljačima kako bi se nabavke sirovina i materijala odvijale nesmetano;
- Osiguranje dodatne likvidnosti;
- Identifikacija kritičnih poslovnih procesa i identifikacija mjera za njihovu održivost;
- Osiguranje dovoljnih/dodatnih razina sirovina i pakirnog materijala čime su izbjegnuti značajniji problemi u lancu opskrbe.

## RIZICI INDUSTRIJE I KONKURENCIJE



### INDUSTRIJA ROBE ŠIROKE POTROŠNJE I MALOPRODAJA (LJEKARNE)

Atlantic Grupa pretežito posluje u industriji robe široke potrošnje u kojoj su relativno niska cikličnost, tržišna liberalizacija i globalizacija rezultirali razvojem novih lokalnih te dolaskom svjetskih proizvođača kao i trgovačkih lanaca što u konačnici rezultira pojačanom tržišnom konkurencijom, raznovrsnijom ponudom, povećanjem kvalitete proizvoda, uvođenjem globalnih proizvodnih standarda te otvaranjem i razvojem novih distribucijskih kanala. U ovakvim uvjetima, svi proizvođači se mogu natjecati jedino kontinuiranim ulaganjem u istraživanje i razvoj novih proizvoda i usluga, tehnološki razvoj, marketing za jačanje prepoznatljivosti brenda te ljudske resurse.

Makroekonomska okruženje, dinamika kretanja BDP-a i to osobne potrošnje kao komponente BDP-a, kretanje raspoloživog osobnog dohotka te općenito razvoj životnog standarda potrošača uvelike diktiraju trendove u industriji robe široke potrošnje. Uz navedeno, razvoj industrije robe široke potrošnje uvelike karakterizira i sposobnost kompanija na prilagođavanje potrebama potrošača te trendovima tržišta, što pak uvjetuje ulaganja u istraživanje i razvoj, marketing te tehnologiju.

Uz prethodno opisane makroekonomske uvjete, na industriju robe široke potrošnje imaju sve veći utjecaj izražene klimatske promjene i sve veće oskudica resursa. Te promjene imaju značajan utjecaj na regulatorne okvire, društvene promjene te potrošačke navike kako na međunarodnoj razini tako i na nacionalnoj razini te stavljaju naglasak na održivi razvoj. Potencijalna nedovoljna brzina u implementaciji i praćenju trendova koji se vode načelima održivog razvoja, gospodarske učinkovitosti, ekološke odgovornosti te društvene odgovornosti mogla bi se negativno odraziti na poslovanje Atlantic Grupe. Kako bi umanjila taj rizik Atlantic Grupa posvećuje značajnu pažnju poštovanju nacionalnih propisa i međunarodnih standarda kroz razvoj internih procedura i politika proširenjem brige za okoliš s lokalne na korporativnu razinu u okviru konzistentnog sustava upravljanja okolišem (Environmental Management System, EMS) uzimajući u obzir lokalne i globalne trendove u održivosti. Primjeri toga su pažljivi izbor sirovina i ambalažnih materijala kako bi se smanjio negativni utjecaj na okoliš, uključivanje okolišnih kriterija u proces selekcije dobavljača te mnogi drugi primjeri. Više o konkretnim primjerima posvećenosti održivosti Atlantic Grupe može se naći na stranici 42. Godišnjeg izvještaja.

Industrija robe široke potrošnje je strogo normirana propisima te je ujedno i nadzirana od strane regulatornih tijela ponajviše iz razloga što ima direktan utjecaj na zdravlje potrošača. Atlantic Grupa je podložna strogoj i opsežnoj regulativi vezanoj uz ljudsku prehranu, ljekarničko poslovanje, sigurnost proizvoda, cijenu osnovnih i dopunskih lista lijekova, sigurnost i radne uvjete zaposlenika, sigurnost i zaštitu okoliša, sastav proizvoda, pakiranje, označavanje, oglašavanje, konkurentsko ponašanje na tržištu i slično. Sigurnost prehrambenih proizvoda i percepcija o navedenoj sigurnosti od presudne je važnosti za poslovanje Atlantic Grupe te bi pojava ili percepcija suprotnoga uzrokovala značajne negativne posljedice na poslovanje Grupe. Regulativa vezana uz zdravlje, sigurnost i zaštitu okoliša u Europi i drugim razvijenim regijama postaje sve stroža, a provedba sve izraženija. Sukladno tome Atlantic Grupa kontinuirano prati i prilagođava se takvim promjenama, ali bilo kakvi propusti u navedenom mogli bi rezultirati različitim sankcijama. Također, Atlantic Grupa može biti suočena sa značajnim troškovima vezanim uz otklanjanje eventualnih prekršaja ili prilagodbu promjenama postojećih propisa te troškovima i gubicima kao posljedicama eventualnih ukidanja pojedinih dozvola i odobrenja.

Na određene segmente industrije robe široke potrošnje, posebice segment proizvoda namijenjenih prehrani, utječu faktori koje kompanije ne mogu u potpunosti kontrolirati poput volatilnih cijena sirovina (kava, šećer, kakaovac itd.) na svjetskim tržištima, vremenskih (ne)prilika te uspješnosti turističke sezone. Atlantic Grupa se oslanja na dobavljanje sirovina i repromaterijala potrebnih za svoje proizvode od strane vanjskih dobavljača koji dolaze iz različitih dijelova svijeta. Sukladno tome Grupa je izložena riziku da dobavljači sirovina i repromaterijala neće biti u mogućnosti ispuniti dogovorene vremenske rokove ili količine potrebnih sirovina ili repromaterijala. Također, Grupa je izložena volatilnosti cijena sirovina i repromaterijala koje nabavlja (kava, šećer, kakaovac, plastična i aluminijska ambalaža i ostali) koja može biti uzrokovana nizom faktora na koje Grupa nema utjecaja, npr. manjkom količina na slobodnom tržištu uslijed vremenskih nepogoda, smanjivanjem proizvodnje na svjetskom tržištu, političkih i socijalnih nemira u pojedinim zemljama ili špekulativnim očekivanjima. Značajne promjene u cijenama određenih sirovina i repromaterijala mogu uzrokovati rast troškova proizvodnje određenih finalnih proizvoda. Nabava sirove kave se pojavljuje kao vrijednosno najznačajnija pojedinačna sirovina i time predstavlja najveći izvor rizika za Grupu. Zbog toga Atlantic Grupa posebnu pažnju pridaje planiranju nabave sirove kave, praćenju trendova na svjetskim tržištima, upravljanju zalihama te upravljanju rizikom promjene cijene sirove kave na svjetskim tržištima kao i utjecajem tečaja na svjetskim tržištima. Atlantic Grupa kontinuirano upravlja rizikom cijena sirove kave na globalnim tržištima. Pojedine grane ove industrije imaju sezonski karakter poslovanja uslijed čega se razborito upravljanje radnim kapitalom nameće kao iznimno važna komponenta za osiguranje redovnog poslovanja kompanija. Također, relativno niska razina cikličnosti industrije robe široke potrošnje čini istu privlačnom većem broju kompanija što pak rezultira i većim brojem konkurenata prisutnih na tržištu. Dodatno, s obzirom na nepostojanje značajnijeg tržišnog lidera u nekim kategorijama, postoji rizik od ulaska novih konkurenata.

Atlantic Grupa posluje u segmentu industrije robe široke potrošnje koji obuhvaća prehrambene proizvode s dodanom vrijednošću te sukladno tome ponajviše koristi aktivnosti poput ulaganja u istraživanje i razvoj, ulaganja u tehnologiju te pomno praćenje tržišnih trendova i preferencija potrošača kako bi zadržala visoke tržišne udjele u navedenom segmentu. Portfelj Atlantic Grupe uključuje široki spektar brendova s vodećim tržišnim pozicijama na regionalnim tržištima u segmentima kave, delikatesnih namaza, slatkog i slanog te pića. Poslovanje Grupe je u tom smislu ovisno o zaštiti prava intelektualnog vlasništva nad žigovima i sl., a također i o određenim poslovnim tajnama te know-how-u. Grupa sklapa ugovore o povjerljivosti sa zaposlenicima i/ili trećim stranama u cilju zaštite intelektualnog vlasništva, međutim ne postoji garancija da takvi sporazumi ne mogu biti povrijeđeni. Uz prethodno navedene razloge i s obzirom da su neki od navedenih segmenata izloženi značajnim konkurentskim pritiscima od strane lokalnih i multinacionalnih kompanija, Atlantic Grupa je u 2020. godini nastavila aktivno upravljati vlastitim brendovima. Nakon ulaska u segment ljekarničkog poslovanja u 2008. godini te daljnjeg širenja ljekarničkog lanca Farmacia u narednim godinama, Atlantic Grupa danas posjeduje ljekarnički lanac s nacionalnom rasprostranjenošću ljekarničkih jedinica. Među glavnim rizicima ovog poslovanja ističu se tri rizika. Prvi se odnosi na rizik neizvjesnosti uvođenja novih i potencijalno strožih propisa kojih se ljekarničke jedinice moraju pridržavati budući da je ljekarništvo kao industrijska grana strogo normirano propisima te također nadzirano od strane regulatornih tijela. Drugi se odnosi na promjenjivost u cjenicima osnovnih i dopunskih lista lijekova kojih se ljekarničke jedinice kao ugovorni subjekti Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) moraju pridržavati. Nadalje, uz promjenjivost cjenika značajan rizik izvire i iz rizika u kašnjenju naplate potraživanja od strane HZZO-a koji je posebno došao da izražaja tijekom 2020. godine što poslje-

dično otežava kvalitetno i razborito upravljanje radnim kapitalom. Ipak, Atlantic Grupa koristi određene aktivnosti kojima nastoji ublažiti navedene rizike poput fokusa na povećanje udjela bezreceptnih lijekova, dodataka prehrani i kozmetike u portfelju ljekarničkih jedinica, otvaranja specijaliziranih prodavaonica (s većim portfeljem bezreceptnih lijekova, dodataka prehrani i kozmetike) koje su pod regulacijom Agencije za lijekove i medicinske proizvode te naposljetku iskorištenja sinergija u sklopu distribucijskog i proizvodnog portfelja kompanije.

## RIZIK KONKURENCIJE



Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju i usklađivanjem njenog zakonodavstva s "acquis communautaire"-om, postavili su se novi standardi i norme, a ujedno i uklonile posljednje prepreke slobodnoj konkurenciji. Lokalne kompanije s jedne strane postaju sve izloženije internacionalnoj konkurenciji, a s druge se susreću s novim poslovnim mogućnostima na inozemnim tržištima. Posljednjih godina, mnoge kompanije, a Atlantic Grupa je u tom smislu i predvodnica tog trenda, ulažu napore u širenje poslovanja na regionalnim tržištima jugoistočne Europe, koje generalno karakterizira rastuća potražnja za robom široke potrošnje te ujedno i rastuća prepoznatljivost domaćih brendova.

Inozemna prehrambena konkurencija prednjači pred lokalnim kompanijama po pitanju tehnološke infrastrukture, mogućnosti ulaganja u istraživanje i razvoj, financijske snage, veličine marketinških budžeta te globalne prepoznatljivosti njihovih brendova. Naša tržišta u regiji pokazuju visoku razinu privrženosti tradiciji kao i ranije stečenim potrošačkim navikama indicirajući time potražnju za domaćim proizvodima. Kao glavna komparativna prednost proizvodnog/distribucijskog portfelja Atlantic Grupe ističe se upravo prepoznatljivost brendova čije proizvode Atlantic Grupa bilo proizvodi i/ili distribuira u kombinaciji s visokim tržišnim udjelima koje isti drže. Strateškom usmjerenošću na razvijanje jakih, tržištu prepoznatljivih robnih marki, Atlantic Grupa nastoji reducirati rizike koje nosi konkurencija.

Konkurenciju u ljekarničkom segmentu ponajviše stvaraju gradske i županijske ljekarne te privatne ljekarne u vlasništvu fizičkih osoba, a u manjoj mjeri i veledrogerijski lanci te generičke farmaceutske kompanije koje također posluju i u ljekarničkom segmentu. Atlantic Grupa nastoji osigurati konkurentsku prednost pred postojećim konkurentima kroz: kontinuirano širenje ljekarničkog lanca, otvaranje specijaliziranih prodavaonica koje predstavljaju nadogradnju i razvoj ljekarničke djelatnosti, vođenje ljekarničkog poslovanja u skladu s najboljom ljekarničkom praksom te edukaciju i razvoj kompetencija ljekarničkog kadra s ciljem pružanja što kvalitetnije ljekarničke usluge.



## POSLOVNI RIZIK



Poslovni rizik se odnosi na rizike prisutne u svakodnevnom poslovanju kompanije koji pak direktno utječu na održavanje konkurentske pozicije kompanije kao i stabilnost u redovnom poslovanju kompanije. Navedeni rizik je determiniran poslovnim okruženjem u kojem kompanija posluje, razini cikličnosti industrijske grane kojoj kompanija pripada te također redovnim poslovnim politikama i odlukama.

### **UTJECAJ POJEDINOG PROIZVODA I POSLOVNE SURADNJE NA POSLOVANJE**

Atlantic Grupa je tijekom proteklih godina značajnu pozornost posvećivala diversifikaciji i ekspanziji kako proizvodnog tako i distribucijskog portfelja sa strateškim ciljem smanjenja ovisnosti o prodaji pojedinog proizvoda, a time i volatilnosti u ostvarivanju prodajnih rezultata pogotovo tijekom promjena makroekonomskih ciklusa.

S obzirom na navedenu diversifikaciju u proizvodnim i distribucijskim portfeljima, promjene u poslovnom okruženju vezane uz bilo određeni proizvodni segment bilo poslovnu suradnju s određenim partnerom ne ugrožavaju cjelokupno poslovanje Atlantic Grupe.

### **OVISNOST O PROIZVODU**

Kao rezultat značajne ekspanzije i produblivanje proizvodnog i distribucijskog portfelja tijekom proteklih godina, redovno poslovanje Atlantic Grupe danas ne ovisi značajnije niti o jednom proizvodu. Pritom, najznačajniju proizvodnu kategoriju čine segment kave, segment pića, segment delikatesnih namaza i segment slatko i slano od kojih niti jedan segment ili proizvod ne prelazi više od četvrtinu prihoda Grupe.

Tijekom prošlih godina Atlantic Grupa je kombinirala akvizicijske aktivnosti, inovativni pristup u razvoju novih proizvoda te sklapanje novih distribucijskih ugovora prilikom diversifikacije kako proizvodnog tako i distribucijskog portfelja. U posljednjih 15 godina Atlantic Grupa je sudjelovala u 50-tak akvizicija koje su posljedično dovele do znatnog smanjenja ovisnosti kompanije o jednom proizvodu, tržištu ili poslovnom partneru.

### **OVISNOST O POSLOVNOJ SURADNJI**

Atlantic Grupa je tijekom proteklih godina razvila čvrstu suradnju kako s domaćim tako i međunarodnim proizvođačima robnih marki koji su u distribucijskom portfelju Atlantic Grupe. Iako bi gubitak prava distribucije određenog proizvoda imao utjecaj na poslovanje Strateških distribucijskih područja, rizik od spomenutog je uvelike reducirana tijekom proteklih godina uslijed značajne ekspanzije distribucijskog portfelja.

Atlantic Grupa kontinuirano prati kretanja na tržištu robnih marki s ciljem ostvarivanja nove poslovne suradnje. Kontinuirano širenje distribucijskog portfelja omogućava kompaniji da se u vrlo kratkom vremenu prilagodi novim uvjetima u slučaju prestanka suradnje s bilo kojim od sadašnjih partnera.

Uska poslovna suradnja s vodećim domaćim trgovačkim lancima u samoj je prirodi distribucijskih aktivnosti. Atlantic Grupa ima razvijenu dobru poslovnu suradnju s većinom trgovačkih lanaca iz regije, koji su glavni kupci kompanije, a ovisnost o pojedinom kupcu je na primjerenom razini. U slučaju raskida suradnje, nemogućnosti naplate ili stečaja nekog od važnijih kupaca, moglo bi doći do značajnijeg utjecaja na rezultate poslovanja Strateških distribucijskih područja. Ipak, uz kontinuirano praćenje rizičnosti kupaca i procesa naplate te posljedično limitiranje izloženosti onim kupcima koje ocijeni rizičnijima, kompanija nastoji reducirati rizik na vlastito poslovanje u slučaju raskida suradnje, nemogućnosti naplate ili stečaja nekog od važnijih kupaca.

Uz to što kontinuirano radi na daljnjem poboljšanju i razvoju suradnje s trgovačkim lancima, Atlantic Grupa istovremeno nastoji smanjiti ovisnost distributera o jednom kanalu distribucije, razvijajući "alternativne kanale distribucije" poput HoReCa kanala (ugostiteljstvo), prodajnih mjesta s tehničkom robom te farmaceutskog kanala.



## OVISNOST POSLOVANJA O IT SUSTAVIMA

Poslovanje Atlantic Grupe oslanja se na brojne IT sustave koji joj omogućuju učinkovito upravljanje proizvodnim i distribucijskim kapacitetima, komunikaciju s kupcima i dobavljačima, evaluaciju zaposlenika, prikupljanje i obradu podataka o kupcima i dobavljačima, koje između ostalih vanjskih faktora, menadžment uzima u obzir pri donošenju poslovnih odluka.

Kako bi osigurala uspješno i kontinuirano poslovanje, Atlantic Grupa aktivno radi na zaštiti cjelokupnog IT sustava tako da izbjegava rizik ovisnosti o jednom sustavu/dobavljaču ili data centru, ažurira IT sigurnosne programe i upravlja s istekom roka održavanja ključnih IT rješenja.

## PRIVLAČENJE I ZADRŽAVANJE KLJUČNIH OSOBA

Kontinuirano uspješno poslovanje Atlantic Grupe snažno je oslonjeno na sposobnosti da identificira, privuče, motivira i zadrži zaposlenike na ključnim pozicijama i tržištima. Svaki gubitak ključnih zaposlenika u određenim segmentima poslovanja ili neuspješna implementacija grupnog plana nasljeđivanja bi otežali postizanje zadanih ciljeva i mogli bi imati negativan utjecaj na poslovanje. Također, nemogućnost angažiranja, razvijanja i zadržavanja visoko specijalizirane i talentirane radne snage bi mogla umanjiti „institucionalnu bazu znanja“ što bi moglo dovesti do narušavanja konkurentne pozicije ili do rasta troškova uslijed povećane konkurencije za zapošljavanje, što bi moglo negativno utjecati na poslovanje.

Kako bi upravljala tim rizikom, Atlantic Grupa provodi razne programe za zadržavanje, razvijanje i privlačenje zaposlenika. Svi zaposlenici na ključnim pozicijama prolaze reviziju talenata kroz koju se definira individualni razvojni plan za svakog od njih. Proces prepoznavanja talenata provodi se na svim nivoima organizacije čime se osigurava provedba plana sukcesije. Strategija zadržavanja ključnih ljudi uvodi specijalno dizajnirane opcije koje osiguravaju dugoročan odnos društva s ključnim ljudima. Neki od tih programa i aktivnosti su:

- program radničkog dioničarstva, implementiran 2019. godine u koji se tijekom 2019. i 2020. godine uključilo 126 zaposlenika;
- program bonusa vrijednosti koji pruža mogućnost da zaposlenici odgode isplatu svog bonusa na period od 1 – 3 godine uz stimulirajuće stope prinosa;
- program fleksibilnog radnog vremena;
- produžen odmor (tzv. sabbatical) koji ima dvojaku vrijednost omogućavajući zaposlenicima na ključnim pozicijama korištenje slobodnog dopusta radi ostvarenja osobnog rasta, dok s druge strane daje priliku potencijalnom nasljedniku da razvija vještine za preuzimanje funkcije u razdoblju njihova odsustva;
- program sportskih aktivnosti koje imaju za cilj promociju zdravijeg načina života zaposlenika;
- program fleksibilnih benefita prilagođenih individualnim potrebama i izboru zaposlenika;
- liječnički pregled za sve zaposlenike;
- kontinuirani razvoj zaposlenika kroz edukacije; i mnogi drugi.

## FINANCIJSKI RIZICI



Poslovne aktivnosti Grupe izlažu je različitim vrstama financijskih rizika koje uključuju: tržišni rizik (uključujući valutni rizik, rizik fer vrijednosti kamatne stope, kamatni rizik novčanog toka te cjenovni rizik), kreditni rizik i rizik likvidnosti. Program upravljanja rizicima Grupe fokusira se na nepredvidljivosti financijskog tržišta te je usmjeren na minimiziranje potencijalnog negativnog odražavanja istog na poslovanje Grupe. Grupa koristi derivativne financijske instrumente kao instrumente zaštite od određenih financijskih rizika. Rizici su detaljno opisani u Bilješkama uz konsolidirane financijske izvještaje (Bilješka 3 – Upravljanje financijskim rizikom).



## Kratice

<b>BDP</b>	Bruto domaći proizvod	<b>OECD</b>	(eng. Organization for Economic cooperation and development) Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj
<b>BiH</b>	Bosna i Hercegovina	<b>OOH</b>	(eng. Out of home) konzumacija van kuće
<b>BPR</b>	(eng. Business process reengineering) redizajn poslovnih procesa	<b>OMF</b>	Obvezni mirovinski fond
<b>CO<sub>2</sub></b>	Ugljični dioksid	<b>OTG</b>	(eng. On the Go) konzumacija „u pokretu“
<b>DEG</b>	(eng: German Investment and Development Corporation), Njemačka razvojna banka	<b>OTC</b>	(eng: Over The Counter), bezreceptni lijekovi
<b>DPS</b>	(eng. Dividend per share), dividenda po dionici	<b>PAH</b>	(eng: Polycyclic Aromatic Hydrocarbons), policiklički aromatski ugljikovodici
<b>EMS</b>	(eng: Environmental Management System), sustav upravljanja okolišem	<b>PET</b>	(eng: Polyethylene Terephthalate), polietilen tereftalat
<b>ERP</b>	(eng: Enterprise Resource Planning), sustav upravljanja organizacijskim resursima	<b>R&amp;D</b>	(eng. Research and Development) Istraživanje i razvoj
<b>EBIT</b>	(eng. Earnings before interest and taxes), zarada prije kamata i poreza	<b>RPA</b>	(eng. Robotic process automatization) Robotska procesna automatizacija
<b>EBITDA</b>	(eng: Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation), zarada prije kamata, poreza i amortizacije	<b>R-PET</b>	(eng: Recycled Polyethylene Terephthalate), reciklirani polietilen tereftalat
<b>EV</b>	(eng. Enterprise value), vrijednost kompanije	<b>SAD</b>	Sjedinjenje Američke države
<b>FSSC</b>	(eng: Food Safety System Certification), certifikacija sustava sigurnosti hrane	<b>SDP</b>	Strateško distribucijsko područje
<b>GMO</b>	(eng: Genetically Modified Organism), genetski modificirani organizam	<b>SFF</b>	(eng. Sport and functional food) Sportska i aktivna prehrana
<b>GMP</b>	(eng: Good Manufacturing Practices), dobra proizvođačka praksa	<b>SPP</b>	Strateško poslovno područje
<b>GRI</b>	(eng: Global Reporting Initiative), globalna inicijativa za izvještavanje	<b>UAE</b>	(eng. United Arab Emirates) Ujedinjeni Arapski Emirati
<b>HANFA</b>	Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga	<b>UN</b>	(eng. United Nations), Ujedinjeni narodi
<b>HACCP</b>	(eng: Hazard Analysis and Critical Control Point), Certifikat o sustavu (samo)kontrole zdravstvene ispravnosti hrane	<b>ZND</b>	Zajednica Neovisnih Država (bivše države članice Sovjetskog saveza)
<b>HoReCa</b>	(eng: Hotel Restaurant Caffé), kanal prodaje putem hotela, restorana i kafića	<b>ZSE</b>	(eng: Zagreb Stock Exchange), Zagrebačka burza
<b>HZZO</b>	Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje		
<b>IFS</b>	(eng: International Food Standard), međunarodna norma za hranu		
<b>IT</b>	(eng. Information technology) Informacijske tehnologije		
<b>KK</b>	Košarkaški klub		
<b>KPI</b>	(eng. Key performance indicators) ključni pokazatelji uspješnosti		
<b>M&amp;A</b>	(eng. Mergers and acquisitions) Spajanja i preuzimanja		

**Izvešće revizora**  
i konsolidirani  
financijski izvještaji



**ATLANTIC GRUPA D.D.**  
31. PROSINCA 2020.

## **Odgovornost za sastavljanje godišnjih financijskih izvještaja**

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

### **IZJAVU**

Prema našem najboljem saznanju godišnji revidirani konsolidirani financijski izvještaji za 2020. godinu sastavljeni su uz primjenu odgovarajućih standarda financijskog izvještavanja te daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, gubitaka i dobitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva i ovisnih društava (zajedno – „Grupe“).

Izvještaj Uprave Društva za razdoblje od 1. siječnja do 31. prosinca 2020. godine sadržava istinit prikaz razvoja i rezultata poslovanja i položaja Grupe, uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Grupa izložena.

U Zagrebu, 29. ožujka 2021. godine.



Zoran Stanković  
Potpredsjednik Grupe za Financije, nabavu i investicije



Tatjana Ilinčić  
Direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije

## Odgovornost za konsolidirane financijske izvještaje

Temeljem hrvatskog Zakona o računovodstvu, Uprava je dužna osigurati da se konsolidirani financijski izvještaji za svaku financijsku godinu sastave u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) koje je odobrila Europska unija („EU“), tako da daju istinitu i objektivnu sliku financijskog položaja i rezultata poslovanja društva Atlantic Grupa d.d. i ovisnih društava („Grupa“) za to razdoblje.

Uprava razumno očekuje kako Grupa ima odgovarajuća sredstva za nastavak poslovanja u doglednoj budućnosti. Iz navedenog razloga, Uprava i dalje prihvaća načelo neograničenosti vremena poslovanja pri izradi konsolidiranih financijskih izvještaja.

Odgovornosti Uprave pri izradi konsolidiranih financijskih izvještaja uključuju osiguravanje:

- odabira i dosljednog primjenjivanja odgovarajućih računovodstvenih politika;
- razumnih i opreznih prosudbi i procjena;
- primjenjivanja važećih računovodstvenih standarda; te
- pripremu konsolidiranih financijskih izvještaja po načelu trajnosti poslovanja.

Uprava je odgovorna za vođenje ispravnih računovodstvenih evidencija koje će u bilo koje doba s prihvatljivom točnošću odražavati financijski položaj Grupe, kao i njegovu usklađenost s hrvatskim Zakonom o računovodstvu. Uprava je također odgovorna za očuvanje imovine Grupe te stoga i za poduzimanje razumnih mjera radi sprječavanja i otkrivanja pronevjera i ostalih nepravilnosti.

Uprava je odobrila konsolidirane financijske izvještaje za izdavanje dana 29. ožujka 2021. godine.



Emil Tedeschi  
Predsjednik Uprave



Srećko Nakić  
Potpredsjednik Grupe za Distribuciju



Zoran Stanković  
Potpredsjednik Grupe za Financije,  
nabavu i investicije



Lada Tedeschi Fiorio  
Potpredsjednica Grupe za Korporativnu  
strategiju i razvoj



Neven Vranković  
Potpredsjednik Grupe za Korporativne  
aktivnosti



Enzo Smrekar  
Potpredsjednik Grupe za Delikatesne  
namaze, Donat i internacionalizaciju

## IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA

Dioničarima društva Atlantic Grupa d.d.

### Izvešće o reviziji konsolidiranih financijskih izvještaja

#### Mišljenje

Obavili smo reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja društva Atlantic Grupa d.d. (Društvo) i njemu ovisnih društava (zajedno - Grupa), koji obuhvaćaju konsolidiranu bilancu na 31. prosinca 2020., konsolidirani račun dobiti i gubitka, konsolidirani izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti, konsolidirani izvještaj o promjenama kapitala i konsolidirani izvještaj o novčanim tokovima za tada završenu godinu te bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje, uključujući i sažetak značajnih računovodstvenih politika.

Prema našem mišljenju, priloženi konsolidirani financijski izvještaji istinito i fer prikazuju konsolidirani financijski položaj Grupe na 31. prosinca 2020., njenu konsolidiranu financijsku uspješnost i konsolidirane novčane tokove za tada završenu godinu u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja, usvojenima od EU (MSFI-ima, usvojenima od EU).

#### Osnova za mišljenje

Obavili smo našu reviziju u skladu s Međunarodnim revizijskim standardima (MRevS-ima). Naše odgovornosti prema tim standardima su detaljnije opisane u našem izvješću neovisnog revizora u *odjeljku o revizorovim odgovornostima* za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja.

Neovisni smo od Društva i Grupe u skladu s Međunarodnim kodeksom etike za profesionalne računovođe, uključujući Međunarodne standarde neovisnosti (IESBA Kodeks), Odbora za međunarodne standarde etike za računovođe (IESBA), i ispunili smo naše ostale etičke odgovornosti u skladu s tim zahtjevima i IESBA Kodeksom.

Vjerujemo da su revizijski dokazi koje smo dobili dostatni i primjereni da osiguraju osnovu za naše mišljenje.

#### Ključna revizijska pitanja

Ključna revizijska pitanja su ona pitanja koja su bila, po našoj profesionalnoj prosudbi, od najveće važnosti za našu reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja tekućeg razdoblja. Tim pitanjima smo se bavili u kontekstu naše revizije konsolidiranih financijskih izvještaja kao cjeline i pri formiranju našeg mišljenja o njima, i mi ne dajemo zasebno mišljenje o tim pitanjima. Za pitanje u nastavku, opis o tome kako se naša revizija bavila tim pitanjem, pripremljen je u tom kontekstu.

Ispunili smo obveze opisane u *Odgovornosti revizora za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja*, uključujući i to pitanje. Sukladno tome, naša revizija uključuje obavljanje postupaka dizajniranih da odgovore na našu procjenu rizika pogrešnog prikaza u konsolidiranim financijskim izvještajima. Rezultati naših revizijskih postupaka, uključujući provedene postupke za rješavanje pitanja u nastavku, daju osnovu za izražavanje našeg mišljenja o ovim konsolidiranim financijskim izvještajima.

Ključno revizijsko pitanje	Kako smo adresirali ključno revizijsko pitanje
<p><b>Ocjena umanjenja vrijednosti goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim korisnim vijekom trajanja</b></p> <p><i>Vidi Bilješku 2.7 Umanjenje vrijednosti nefinancijske imovine i 4.b Umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom upotrebe</i></p> <p>Grupa ima iskazan goodwill i ostalu nematerijalnu imovinu s neograničenim vijekom trajanja (Brendovi i Licence) u ukupnom iznosu od 1.495.664 tisuća kuna na dan 31. prosinca 2020. godine.</p> <p>Knjigovodstvena vrijednost goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom trajanja predstavlja 28% ukupne konsolidirane imovine i ocjena „fer vrijednosti“ i „vrijednosti u upotrebi“ novčanih jedinica Grupe koje generiraju novac („CGU“) predstavlja značajnu procjenu menadžmenta vezano uz buduće rezultate poslovanja i diskontnih stopa korištenih u procjeni novčanih tijekova.</p> <p>Grupa na godišnjoj razini procjenjuje računovodstvenu procjenu neograničenog vijeka trajanja. Navedeno uključuje značajne procjene menadžmenta vezane uz snagu brenda te buduće novčane tokove generirane od strane relevantnih brendova i licenci.</p> <p>Zbog raspona procjena i pretpostavki korištenih u modelima i ocjeni umanjenja, te zbog značajne knjigovodstvene vrijednosti goodwilla i nematerijalne imovine, smatramo da je navedeno područje ključno revizijsko pitanje.</p>	<p>Revizorski postupci su uključivali razumijevanje procesa procjene umanjenja vrijednosti ulaganja. Proveli smo upite prema menadžmentu te smo pregledali metodologiju korištenu od strane menadžmenta prilikom ocjene knjigovodstvene vrijednosti goodwilla i nematerijalne imovine te njenog vijeka trajanja, kako bi procijenili da je u skladu s MSFI-ima usvojenima od EU te da se dosljedno primjenjuje.</p> <p>Ocijenili smo prognoze budućih novčanih tijekova Grupe kao i proces kako su pripremljene. Usporedili smo inpute korištene u budžetima sa odobrenim budžetima te inpute iz prognoza korištenih u modelima sa planovima menadžmenta.</p> <p>Usporedili smo ostvarene rezultate iz tekuće (2020.) godine sa inputima korištenim u prognozama prethodne (2019.) godine kako bi ocijenili korištene pretpostavke. Nadalje, ocijenili smo ključne pretpostavke menadžmenta vezano uz stopu dugoročnog rasta uspoređujući navedenu stopu sa povijesnim stopama rasta.</p> <p>Proveli smo revizorske postupke koji se odnose na provjeru matematičke točnosti modela umanjenja vrijednosti i analizu osjetljivosti te smo ocijenili primjerenost korištenih diskontnih stopa i stopa rojaliteta u kalkulaciji uz pomoć stručnjaka za vrednovanje. Nadalje, ocijenili smo cjelovitost troškova umanjenja vrijednosti.</p> <p>Pregledali smo izvještaje vezane uz tržišne udjele pojedinih brendova.</p> <p>Također, procijenili smo adekvatnost objava u konsolidiranim financijskim izvještajima, te njihovu usklađenost sa MSFI-ima usvojenima od EU.</p>



## Ostale informacije u Godišnjem izvješću Grupe za 2020. godinu

Uprava je odgovorna za ostale informacije. Osim konsolidiranih financijskih izvještaja i izvješća neovisnog revizora, *Ostale informacije* sadrže informacije uključene u Godišnje izvješće Grupe koje sadrži Izvješće posloводства i Izjavu o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja. Naše mišljenje o konsolidiranim financijskim izvještajima ne obuhvaća ostale informacije, niti Izvješće posloводства i Izjavu o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja.

U vezi s našom revizijom konsolidiranih financijskih izvještaja, naša je odgovornost pročitati ostale informacije i, u provođenju toga, razmotriti jesu li ostale informacije značajno proturječne konsolidiranim financijskim izvještajima ili našim saznanjima stečenim u reviziji ili se drugačije čini da su značajno pogrešno prikazane.

U pogledu Izvješća posloводства i Izjave o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja, obavili smo i postupke propisane Zakonom o računovodstvu. Ti postupci uključuju provjeru da li Izvješće posloводства uključuje potrebne objave iz Članka 21. Zakona o računovodstvu te da li Izjava o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja sadrži podatke iz članka 22. Zakona o računovodstvu.

Temeljeno na obavljenim postupcima, u mjeri u kojoj smo u mogućnosti to procijeniti, izvještavamo da:

1. su informacije u priloženom Izvješću posloводства za 2020. godinu usklađene, u svim bitnim odrednicama, s priloženim konsolidiranim financijskim izvještajima;
2. je priloženo izvješće posloводства za 2020. godinu sastavljeno u skladu sa člankom 21. Zakona o računovodstvu;
3. Izjava o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja, uključena u Godišnje izvješće Grupe za 2020. godinu, uključuje informacije iz članka 22. stavka 1. točaka 2., 5., 6. i 7. Zakona o računovodstvu; te
4. su dijelovi izjave o primjeni korporativnog upravljanja koji sadržavaju informacije iz članka 22. stavka 1. točaka 3. i 4. Zakona o računovodstvu, uključenih u Godišnje izvješće Grupe za 2020. godinu, pripremljeni u skladu sa zahtjevima Zakona o računovodstvu i dosljedni su, u svim značajnim odrednicama, priloženim konsolidiranim financijskim izvještajima.

Dodatno, na temelju poznavanja i razumijevanja poslovanja Grupe i njezinog okruženja stečenog u okviru revizije konsolidiranih financijskih izvještaja, dužni smo izvijestiti ako smo ustanovili da postoje značajni pogrešni prikazi u priloženom Izvješću posloводства, Izjavi o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja i Godišnjem izvješću Grupe. U tom smislu nemamo što izvijestiti.

### **Odgovornosti uprave i Revizorskog odbora za konsolidirane financijske izvještaje**

Uprava je odgovorna za sastavljanje konsolidiranih financijskih izvještaja koji daju istinit i fer prikaz u skladu s MSFI-ima, usvojenima od EU i za one interne kontrole za koje uprava odredi da su potrebne za omogućavanje sastavljanja konsolidiranih financijskih izvještaja koji su bez značajnog pogrešnog prikaza uslijed prijevare ili pogreške.

U sastavljanju konsolidiranih financijskih izvještaja, uprava je odgovorna za procjenjivanje sposobnosti Grupe da nastavi s vremenski neograničenim poslovanjem, objavljivanje, ako je primjenjivo, pitanja povezanih s vremenski neograničenim poslovanjem i korištenjem računovodstvene osnove utemeljene na vremenskoj neograničenosti poslovanja, osim ako uprava ili namjerava likvidirati Grupu ili prekinuti poslovanje ili nema realne alternative nego da to učini.

Revizorski odbor je odgovoran za nadziranje procesa financijskog izvještavanja kojeg je ustanovila Grupa.

## Odgovornosti revizora za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja

Naši ciljevi su steći razumno uvjerenje o tome jesu li konsolidirani financijski izvještaji kao cjelina bez značajnog pogrešnog prikaza uslijed prijevare ili pogreške i izdati izvješće neovisnog revizora koje uključuje naše mišljenje. Razumno uvjerenje je visoka razina uvjerenja, ali nije garancija da će revizija obavljena u skladu s MRevS-ima uvijek otkriti značajno pogrešno prikazivanje kada ono postoji. Pogrešni prikazi mogu nastati uslijed prijevare ili pogreške i smatraju se značajni ako se razumno može očekivati da, pojedinačno ili u zbroju, utječu na ekonomske odluke korisnika donijete na osnovi tih konsolidiranih financijskih izvještaja.

Kao sastavni dio revizije u skladu s MRevS-ima, stvaramo profesionalne prosudbe i održavamo profesionalni skepticizam tijekom revizije. Mi također:

- Prepoznajemo i procjenjujemo rizike značajnog pogrešnog prikaza konsolidiranih financijskih izvještaja, zbog prijevare ili pogreške, oblikujemo i obavljamo revizijske postupke kao reakciju na te rizike i pribavljamo revizijske dokaze koji su dostatni i primjereni da osiguraju osnovu za naše mišljenje. Rizik neotkrivanja značajnog pogrešnog prikaza nastalog uslijed prijevare je veći od rizika nastalog uslijed pogreške, jer prijevara može uključiti tajne sporazume, krivotvorenje, namjerno ispuštanje, pogrešno prikazivanje ili zaobilaženje internih kontrola.
- Stječemo razumijevanje internih kontrola relevantnih za reviziju kako bismo oblikovali revizijske postupke koji su primjereni u danim okolnostima, ali ne i za svrhu izražavanja mišljenja o učinkovitosti internih kontrola Grupe.
- Ocjenjujemo primjerenost korištenih računovodstvenih politika i razumnost računovodstvenih procjena i povezanih objava koje je stvorila uprava.
- Zaključujemo o primjerenosti korištene računovodstvene osnove utemeljene na vremenskoj neograničenosti poslovanja koju koristi uprava i, temeljeno na pribavljenim revizijskim dokazima, zaključujemo o tome postoji li značajna neizvjesnost u vezi s događajima ili okolnostima koji mogu stvarati značajnu sumnju u sposobnost Grupe da nastavi s vremenski neograničenim poslovanjem. Ako zaključimo da postoji značajna neizvjesnost, od nas se zahtijeva da skrenemo pozornost u našem izvješću neovisnog revizora na povezane objave u konsolidiranim financijskim izvještajima ili, ako takve objave nisu odgovarajuće, da modificiramo naše mišljenje. Naši zaključci se temelje na revizijskim dokazima pribavljenim sve do datuma našeg izvješća neovisnog revizora. Međutim, budući događaji ili uvjeti mogu uzrokovati da Grupa ne bude u mogućnosti nastaviti s vremenski neograničenim poslovanjem.
- Ocjenjujemo cjelokupnu prezentaciju, strukturu i sadržaj konsolidiranih financijskih izvještaja, uključujući i objave, kao i odražavaju li konsolidirani financijski izvještaji transakcije i događaje na kojima su zasnovani na način kojim se postiže fer prezentacija.
- Pribavljamo dovoljno odgovarajućih revizijskih dokaza u vezi financijskih informacija subjekata ili poslovnih aktivnosti unutar grupe za izražavanje mišljenja o konsolidiranim financijskim izvještajima. Mi smo odgovorni za usmjeravanje, nadzor i izvedbu grupne revizije. Jedinu smo odgovorni za izražavanje našeg mišljenja.

Mi komuniciramo s Revizorskim odborom u vezi s, između ostalih pitanja, planiranim djelokrugom i vremenskim rasporedom revizije i važnim revizijskim nalazima, uključujući i u vezi sa značajnim nedostacima u internim kontrolama koji su otkriveni tijekom naše revizije.

Mi također dajemo izjavu Revizorskom odboru da smo postupili u skladu s relevantnim etičkim zahtjevima u vezi s neovisnošću i da ćemo komunicirati s njima o svim odnosima i drugim pitanjima za koja se može razumno smatrati da utječu na našu neovisnost, kao i, gdje je primjenjivo, o radnjama poduzetim u cilju uklanjanja prijetnji neovisnosti, te povezanim zaštitama.

Između pitanja o kojima se komunicira s Revizorskim odborom, mi određujemo ona pitanja koja su od najveće važnosti u reviziji konsolidiranih financijskih izvještaja tekućeg razdoblja i stoga su ključna revizijska pitanja.

## Odgovornosti revizora za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja (nastavak)

Mi opisujemo ta pitanja u našem izvješću neovisnog revizora, osim ako zakon ili regulativa sprječava javno objavljivanje pitanja ili kada odlučimo, u iznimno rijetkim okolnostima, da pitanje ne treba objaviti u našem izvješću neovisnog revizora jer se razumno može očekivati da bi negativne posljedice objave nadmašile dobrobiti javnog interesa od takve objave.

### Izvješće o ostalim pravnim i regulatornim zahtjevima

U skladu s člankom 10. stavka 2. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog parlamenta i Vijeća, u našem izvješću neovisnog revizora dajemo sljedeće informacije koje su potrebne nastavno na zahtjeve MRevS:

#### *Imenovanje revizora i razdoblje angažmana*

Ernst & Young d.o.o. je inicijalno imenovan revizorom Društva 29. lipnja 2017. Naš angažman obnavljan je jednom godišnje od strane Glavne skupštine dioničara, pri čemu je zadnje imenovanje 18. lipnja 2020., što predstavlja neprekidan angažman od 4 godine.

Kulić i Sperk REVIZIJA d.o.o. je inicijalno imenovana revizorom Društva 18. lipnja 2020. godine što predstavlja neprekidan angažman od 1 godine.

#### *Dosljednost s Dodatnim izvještajem Revizorskom odboru*

Potvrđujemo da je naše revizorsko mišljenje o konsolidiranim financijskim izvještajima u skladu s dodatnim izvješćem Revizorskom odboru Društva koji smo izdali na 18. ožujak 2021. u skladu s člankom 11. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog Parlamenta i Vijeća.

#### *Pružanje nerevizijskih usluga*

Izjavljujemo da Društvu i njegovim kontroliranim tvrtkama u Europskoj Uniji nismo pružali zabranjene nerevizijske usluge navedene u članku 5. stavka 1. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog parlamenta i Vijeća. Nadalje, nismo pružili ni ostale nerevizijske usluge Društvu i njegovim kontroliranim tvrtkama koje nisu objavljene u konsolidiranim financijskim izvještajima.

Angažirani partneri u reviziji koja ima za posljedicu ovo izvješće neovisnog revizora su Berislav Horvat za Ernst & Young d.o.o. te Janja Kulić za Kulić i Sperk REVIZIJA d.o.o.



Berislav Horvat,  
Predsjednik uprave i ovlaštenu revizor  
29. ožujka 2021.  
Ernst & Young d.o.o.  
Radnička cesta 50  
Zagreb  
Hrvatska



Janja Kulić,  
Direktor i ovlaštenu revizor  
29. ožujka 2021.  
Kulić i Sperk REVIZIJA d.o.o.  
Radnička cesta 52  
Zagreb  
Hrvatska

ATLANTIC GRUPA d.d.  
KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA  
ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2020.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<b>Bilješka</b>	<b>2020.</b>	<b>2019.</b>
Prihodi	5	5.328.674	5.506.404
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe		(1.564.512)	(1.600.586)
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku		26.659	18.235
Troškovi materijala i energije		(1.433.412)	(1.483.503)
Troškovi radnika	6	(855.631)	(880.472)
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	7	(267.113)	(321.462)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	13, 13a 14,15	(274.315)	(278.306)
Ostali troškovi poslovanja	8	(515.184)	(528.288)
Ostali (gubici)/dobici – neto	9	(2.982)	68.411
<b>Dobit iz poslovanja</b>		<b>442.184</b>	<b>500.433</b>
Financijski prihodi	10	7.608	5.930
Financijski rashodi	10	(38.144)	(42.956)
Rashodi od financiranja – neto	10	(30.536)	(37.026)
<b>Dobit prije poreza</b>		<b>411.648</b>	<b>463.407</b>
Porez na dobit	11	(69.378)	(73.040)
<b>Neto dobit za godinu</b>		<b>342.270</b>	<b>390.367</b>
<b>Pripisivo:</b>			
Dioničarima Društva		341.730	388.880
Manjinskim interesima		540	1.487
		342.270	390.367
<b>Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom godine (u kunama)</b>	12		
- osnovna		102,72	116,73
- razrijeđena		102,72	116,73

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

ATLANTIC GRUPA d.d.  
 KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI  
 ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2020.

---

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>Bilješka</u>	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
<b>Neto dobit za godinu</b>		<b>342.270</b>	<b>390.367</b>
<b>Ostali sveobuhvatni gubitak:</b>			
<b><i>Stavke koje se neće reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i></b>			
Aktuarski gubici za planove definiranih primanja, neto od poreza		(1.000)	(2.385)
		<b>(1.000)</b>	<b>(2.385)</b>
<b><i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i></b>			
Tečajne razlike, neto od poreza	22	25.641	8.675
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	22	(4.306)	(2.965)
		<b>21.335</b>	<b>5.710</b>
<b>Ukupno ostala sveobuhvatna dobit za godinu, neto od poreza</b>		<b>20.335</b>	<b>3.325</b>
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu</b>		<b>362.605</b>	<b>393.692</b>
<b>Pripisiva:</b>			
Dioničarima Društva		362.016	392.198
Manjinskim interesima		589	1.494
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu</b>		<b>362.605</b>	<b>393.692</b>

---

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<b>Bilješka</b>	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
<b>IMOVINA</b>			
<b>Dugotrajna imovina</b>			
Nekretnine, postrojenja i oprema	13	1.070.338	971.915
Pravo na korištenje imovine	13a	338.838	372.247
Ulaganja u nekretnine		316	312
Nematerijalna imovina	15	1.657.026	1.658.675
Odgođena porezna imovina	25	36.285	31.796
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	17	1.404	1.025
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	47.999	40.813
		<b>3.152.206</b>	<b>3.076.783</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>			
Zalihe	19	572.274	501.287
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	1.248.658	1.269.915
Potraživanja za porez na dobit		6.661	9.175
Novac i novčani ekvivalenti	20	426.513	384.526
		<b>2.254.106</b>	<b>2.164.903</b>
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	14	5.382	5.583
Ukupno kratkotrajna imovina		<b>2.259.488</b>	<b>2.170.486</b>
		<b>5.411.694</b>	<b>5.247.269</b>
<b>UKUPNO IMOVINA</b>			
<b>KAPITAL I OBVEZE</b>			
<b>Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva</b>			
Dionički kapital	21	133.372	133.372
Kapitalna dobit	21	881.851	881.323
Vlastite dionice	21	(7.647)	(5.884)
Pričuve	22	(51.451)	(73.064)
Zadržana dobit		1.985.908	1.728.691
		<b>2.942.033</b>	<b>2.664.438</b>
Manjinski interesi		5.952	5.363
<b>Ukupno kapital</b>		<b>2.947.985</b>	<b>2.669.801</b>
<b>Dugoročne obveze</b>			
Obveze po primljenim kreditima	24	299.528	412.550
Obveze po najmovima	13a	263.479	295.526
Odgođena porezna obveza	25	150.090	153.228
Ostale dugoročne obveze		9.356	2.204
Rezerviranja	26	66.782	65.515
		<b>789.235</b>	<b>929.023</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	23	954.458	933.191
Obveze po primljenim kreditima	24	511.696	517.337
Obveze po najmovima	13a	84.824	80.032
Derivativni financijski instrumenti	16	7.132	1.778
Tekuća obveza poreza na dobit		8.677	7.261
Rezerviranja	26	107.687	108.846
		<b>1.674.474</b>	<b>1.648.445</b>
<b>Ukupno obveze</b>		<b>2.463.709</b>	<b>2.577.468</b>
<b>UKUPNO KAPITAL I OBVEZE</b>		<b>5.411.694</b>	<b>5.247.269</b>

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

Pripisivo dioničarima Društva

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<b>Dionički kapital, kapitalna dobit i vlastite dionice</b>	<b>Pričuve</b>	<b>Zadržana dobit</b>	<b>Ukupno</b>	<b>Manjinski interesi</b>	<b>Ukupno</b>
Stanje 1. siječnja 2019.	1.014.555	(81.628)	1.451.656	2.384.583	3.869	2.388.452
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit za godinu	-	-	388.880	388.880	1.487	390.367
Ostala sveobuhvatna dobit	-	5.703	(2.385)	3.318	7	3.325
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	5.703	386.495	392.198	1.494	393.692
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	7.680	-	-	7.680	-	7.680
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(13.424)	-	-	(13.424)	-	(13.424)
Transfer	-	2.861	(2.861)	-	-	-
Dividenda (bilješka 21)	-	-	(106.599)	(106.599)	-	(106.599)
<b>Stanje 31. prosinca 2019.</b>	<b>1.008.811</b>	<b>(73.064)</b>	<b>1.728.691</b>	<b>2.664.438</b>	<b>5.363</b>	<b>2.669.801</b>
Stanje 1. siječnja 2020.	1.008.811	(73.064)	1.728.691	2.664.438	5.363	2.669.801
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit za godinu	-	-	341.730	341.730	540	342.270
Ostala sveobuhvatna dobit	-	21.286	(1.000)	20.286	49	20.335
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	21.286	340.730	362.016	589	362.605
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	9.787	-	-	9.787	-	9.787
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(11.022)	-	-	(11.022)	-	(11.022)
Transfer	-	327	(327)	-	-	-
Dividenda (bilješka 21)	-	-	(83.186)	(83.186)	-	(83.186)
<b>Stanje 31. prosinca 2020.</b>	<b>1.007.576</b>	<b>(51.451)</b>	<b>1.985.908</b>	<b>2.942.033</b>	<b>5.952</b>	<b>2.947.985</b>

ATLANTIC GRUPA d.d.  
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU  
ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2020.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<b>Bilješka</b>	<b>2020.</b>	<b>2019.</b>
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>			
Novac generiran poslovanjem	29	674.371	697.531
Plaćene kamate		(22.896)	(33.445)
Plaćeni porez na dobit		(74.355)	(77.705)
		<u>577.120</u>	<u>586.381</u>
<b>Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti</b>			
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	13,14,15	(242.727)	(225.248)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji		1.031	3.518
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnica – neto od novca u prodanim podružnicama	28	26.876	149.830
Dani krediti i depoziti	18	(10.353)	(2.790)
Otplate danih kredita i depozita	18	3.305	6.637
Primljene kamate		5.060	1.028
		<u>(216.808)</u>	<u>(67.025)</u>
<b>Novčani tok korišten za financijske aktivnosti</b>			
Otkup vlastitih dionica	21	(11.022)	(13.424)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	24	748.642	273.362
Otplata primljenih kredita	24	(983.571)	(623.251)
Izdavanje obveznica, neto od plaćenih naknada	24	140.025	-
Otkup obveznica	24	(43.796)	-
Otplata glavnice po najmovima	13a	(86.999)	(79.992)
Isplata dividende dioničarima Društva	21	(83.186)	(106.599)
		<u>(319.907)</u>	<u>(549.904)</u>
<b>Neto povećanje/(smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata</b>		<b>40.405</b>	<b>(30.548)</b>
Dobici od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima		1.582	1.411
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine		384.526	413.663
<b>Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine</b>	20	<b>426.513</b>	<b>384.526</b>

Bilješke koje slijede čine sastavni dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.



## **BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI**

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) i ovisna društva (prikazana u bilješci 32, „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. Vlasnička struktura prikazana je u bilješci 21.

## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA**

Slijedi prikaz značajnih računovodstvenih politika usvojenih za pripremu ovih konsolidiranih financijskih izvještaja. Ove računovodstvene politike dosljedno su primjenjivane za sva razdoblja uključena u ove izvještaje, osim tamo gdje je drugačije navedeno.

### **2.1 Osnove sastavljanja**

Konsolidirani financijski izvještaji Grupe sastavljeni su sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI), koje je usvojila Europska unija (EU), primjenom metode povijesnog troška, koji su promijenjeni za revalorizaciju financijske imovine po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit te derivativnih financijskih instrumenata.

Sastavljanje konsolidiranih financijskih izvještaja sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) usvojenim od strane Europske unije (EU) zahtijeva upotrebu određenih ključnih računovodstvenih procjena. Također se od Uprave zahtijeva da se služi prosudbama u procesu primjene računovodstvenih politika Grupe. Područja koja uključuju viši stupanj prosudbe ili složenosti, odnosno područja gdje su pretpostavke i procjene značajne za konsolidirane financijske izvještaje prikazana su u bilješci 4.

### **Promjene računovodstvenih politika i objava**

Usvojene računovodstvene politike su u skladu s računovodstvenim politikama prethodne financijske godine osim izmjena navedenih u nastavku koje su rezultat izmjena i dopuna Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja (MSFI) usvojenih od strane Grupe od 1. siječnja 2020. godine i koje nisu imale značajnog utjecaja na financijske izvještaje Grupe. Grupa nije ranije usvojila niti jedan standard ni tumačenje ili dopune postojećih standarda koje su objavljene od strane Odbora za međunarodne standarde financijskog izvještavanja ('Odbor'), a da nisu stupile na snagu.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

#### a) Standardi i tumačenja na snazi u tekućem razdoblju

- **Konceptualni okvir MSFI-jeva - revidirani** izdan 29. ožujka 2018. godine. Konceptualni okvir donosi sveobuhvatan set načela i koncepata financijskog izvještavanja, objave standarda, uputa za definiranje konzistentnih računovodstvenih politika i pomoć u razumijevanju i tumačenju standarda. Odbor je izdao zaseban popratni dokument, Izmjene i dopune referenci na Konceptualni okvir za financijsko izvještavanje, koji utvrđuje izmjene i dopune u standardima u svrhu ažuriranja referenci u Konceptualnom okviru za financijsko izvještavanje. Cilj popratnog dokumenta je popratiti i podržati prijelaz na izmijenjeni Konceptualni okvir financijskog izvještavanja, društvima koja svoje računovodstvene politike pripremaju prema Konceptualnom okviru za financijsko izvještavanje, a kada niti jedan MSFI standard nije primjenjiv na određenu transakciju. Za društva koja svoje računovodstvene politike baziraju na Konceptualnom okviru za financijsko izvještavanje, isti je na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2020. godine.
- **MSFI 3 Poslovne kombinacije (Izmjene i dopune)** - izmjene i dopune definicije poslovanja usmjerene na rješavanje poteškoća koje nastaju kada društvo utvrđuje je li preuzelo poslovanje ili je samo steklo imovinu. Izmjene i dopune se odnose samo na one poslovne kombinacije čiji je datum stjecanja u prvom godišnjem izvještajnom razdoblju koje počinje 1. siječnja 2020. godine ili nakon toga, kao i na akvizicije imovine koje nastaju nakon početka tog razdoblja, s dozvoljenom ranijom primjenom.
- **MRS 1 Prezentacija financijskih izvještaja i MRS 8 Računovodstvene politike, promjene računovodstvenih procjena i pogreške: Definicija „značajnosti“ (Izmjene i dopune)** primjenjuju se za godišnja razdoblja koja počinju 1. siječnja 2020. godine ili nakon toga, s dozvoljenom ranijom primjenom. Izmjene i dopune pojašnjavaju definiciju značajnosti i njenu primjenu. Nova definicija navodi da je „informacija značajna ako se razumno može očekivati da će njeno izostavljanje ili pogrešno prikazivanje utjecati na odluke koje korisnici financijskih izvještaja donose na osnovi tih financijskih izvještaja, a koji pružaju financijske informacije o određenom izvještajnom subjektu“. Dodatno, objašnjenja popratnih definicija su poboljšana. Izmjenama i dopunama se osigurava konzistentnost definicije značajnosti kroz sve MSFI standarde.
- **Reforma ujednačavanja kamatne stope - MSFI 9, MRS 39 i MSFI 7 (Izmjene i dopune)** na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2020. te se moraju primjenjivati retrospektivno. Ranija primjena je dopuštena. U rujnu 2019. godine Odbor za MSFI-jeve je donio izmjene i dopune MSFI-ja 9, MRS-a 39 i MSFI-ja 7, čime je završio prvu fazu svog rada na projektu definiranja učinaka reforme međubankarskih ponuđenih stopa (IBOR) na financijsko izvještavanje. Objavljene Izmjene i dopune bave se pitanjima koja utječu na način financijskog izvještavanja u razdoblju prije zamjene postojećih referentnih kamatnih stopa s alternativnim kamatnim stopama te adresiraju implikacije vezane uz posebne zahtjeve za računovodstvo zaštite (hedge) zbog progresivne analize koju zahtijevaju MSFI 9 *Financijski instrumenti* i MRS 39 *Financijski instrumenti: Priznavanje i mjerenje*. Izmjene i dopune osigurale su privremene olakšice primjenjive na sve odnose računovodstva zaštite koji su izravno pod utjecajem reforme međubankarskih kamatnih stopa, čime se omogućio nastavak primjene računovodstva zaštite tijekom razdoblja neizvjesnosti prije zamjene postojećih kamatnih stopa s alternativnom kamatnom stopom koja je gotovo bez rizika. Donesene su i izmjene i dopune MSFI-ja 7 *Financijski instrumenti: Objave* koje se odnose na dodatne objave neizvjesnosti koja proizlazi iz reforme ujednačavanja referentnih kamatnih stopa. Druga faza bit će usredotočena na pitanja koja bi mogla utjecati na financijsko izvještavanje kada se postojeća kamatna stopa zamijeni nerizičnom kamatnom stopom (RFR).

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

*b) Standardi koji su izdani, ali još nisu na snazi i nisu ranije usvojeni*

Na datum odobravanja ovih financijskih izvještaja sljedeći standardi, izmjene i tumačenja su izdani, ali još nisu na snazi i nisu ranije usvojeni:

- **MSFI 17 Ugovori o osiguranju** stupa na snagu za godišnja razdoblja koja počinju na ili poslije 1. siječnja 2021. godine s dozvoljenom ranijom primjenom ako su već usvojeni MSFI 15 Prihodi od ugovora s kupcima i MSFI 9 Financijski instrumenti. MSFI 17 Ugovori o osiguranju uspostavlja principe priznavanja, mjerenja, prezentiranja i objavljivanja izdanih ugovora o osiguranju. Osim toga, standard zahtjeva primjenu sličnih principa na ugovore o re-osiguranju i izdane investicijske ugovore diskrecijskim značajkama sudjelovanja. Cilj je osigurati da Društva iskažu sve bitne informacije kako bi se takvi ugovori vjerno prikazali. Takve informacije korisnicima financijskih izvještaja pružaju osnove za procjenu utjecaja ugovora o osiguranju, unutar opsega MSFI-ja 17, na financijski položaj, financijske rezultate i novčane tokove Društva. Standard još nije usvojen na razini EU i nije primjenjiv na Grupi.

- **MSFI 17 Ugovori o osiguranju (Izmjene i dopune), MSFI 4: Ugovori o osiguranju (izmjene i dopune)** Izmjene i dopune MSFI-ja 17 su u primjeni, retroaktivno, za godišnja razdoblja koja počinju na ili nakon 1. siječnja 2023. godine, pri čemu je ranija primjena dopuštena. Izmjene i dopune usmjerene su na pomaganje društvima prilikom implementacije standarda. Posebno su dizajnirane kako bi se smanjili troškovi kroz pojednostavnjenje pojedinih zahtjeva standarda, olakšavanje objašnjenja financijskih rezultata kao i olakšavanje tranzicije kroz odgodu primjene standarda do 2023. godine te pružanje dodatnih olakšica radi smanjenja napora potrebnih kod prve primjene MSFI-ja 17. Izmjenama i dopunama MSFI-ja 4 mijenja se fiksni datum isteka privremenog izuzeća iz MSFI-ja 4 Ugovori o osiguranju od primjene MSFI 9 Financijski instrumenti, te su društva obvezna primijeniti MSFI 9 za godišnja razdoblja koja počinju na dan 1. siječnja 2023. godine ili nakon toga. Izmjene i dopune MSFI 17 još nisu usvojene na razini EU i nisu primjenjive na Grupi.

- **Izmjene i dopune MSFI-ja 10 i MRS-a 28 – Prodaja ili doprinos imovine između investitora i njegovog pridruženog društva ili zajedničkog pothvata** adresiraju nedosljednosti između MSFI-a 10 i MRS-a 28 vezane uz prodaju ili doprinos imovine između investitora i njegovog pridruženog društva ili zajedničkog pothvata. Kao glavni rezultat izmjena i dopuna, ukupna dobit ili gubitak se priznaju kada transakcija uključuje poslovanje (neovisno o tome odnosi li se poslovanje na ovisno društvo ili ne). Djelomična dobit ili gubitak se priznaje kada transakcija uključuje imovinu koja ne predstavlja poslovanje društva, čak i onda kada se ta imovina nalazi u ovisnom društvu. U prosincu 2015. godine, Odbor za MSFI-jeve je odgodio datum primjene ovih izmjena i dopuna na neodređeno vrijeme, ovisno o rezultatu projekta istraživanja računovodstvene metode udjela. Ove izmjene i dopune još nisu usvojene na razini EU i Uprava predviđa da usvajanje ovih izmjena i dopuna neće imati značajan utjecaj na financijske izvještaje Grupe.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

b) Standardi koji su izdani, ali još nisu na snazi i nisu ranije usvojeni (nastavak)

- **MRS 1 Prezentacija financijskih izvještaja: Klasifikacija kratkoročnih i dugoročnih obveza (Izmjene i dopune)** Izmjene i dopune se primjenjuju za godišnja razdoblja koja počinju 1. siječnja 2022. godine ili nakon toga, s dopuštenom ranijom primjenom. Međutim, kao odgovor na COVID-19 pandemiju Odbor za MSFI-jeve odgodio je primjenu za godinu dana, tj. na 1. siječnja 2023. godine, kako bi pružio društvima više vremena za provedbu klasifikacijskih promjena koje proizlaze iz izmjena i dopuna. Cilj izmjena i dopuna je potaknuti dosljednost u primjeni zahtjeva standarda na način da se društvima pomogne utvrditi trebaju li se dugovanja i ostale obveze s neizvjesnim datumom podmirenja, u izvještaju o financijskom položaju klasificirati kao dugoročne ili kratkoročne obveze. Izmjene i dopune utječu na prezentaciju obveza u izvještaju o financijskom položaju, ali ne mijenjaju postojeće zahtjeve oko mjerenja ili trenutka priznavanja imovine, obveza, prihoda ili rashoda, niti informacija koje društvo objavljuje u bilješkama vezanih uz te pozicije. Osim navedenog, izmjene i dopune pojašnjavaju zahtjeve za klasifikaciju dugovanja koja društvo može podmiriti izdavanjem vlasničkih instrumenata. Ove izmjene i dopune još nisu usvojene na razini EU, a Uprava predviđa da njihovo usvajanje neće imati značajan utjecaj na financijske izvještaje Grupe.

- **MSFI 3 Poslovne kombinacije, MRS 16 Nekretnine, postrojenja i oprema, MRS 37 Rezerviranja, nepredviđene obveze i nepredviđena imovina te ciklus Godišnjih poboljšanja MSFI-ja 2018-2020 (Izmjene i dopune)** primjenjuju se za godišnja razdoblja koja počinju na 1. siječnja 2022. godine ili nakon toga, pri čemu je ranija primjena dopuštena. Odbor za MSFI-jeve izdao je izmjene MSFI-ja ograničenog opsega kako slijedi:

- **MSFI 3 Poslovne kombinacije (Izmjene i dopune)** uključuje ažuriranu referencu na Konceptualni okvir za financijsko izvještavanje bez promjene računovodstvenih zahtjeva za poslovne kombinacije.

- **MRS 16 Nekretnine, postrojenja i oprema (Izmjene i dopune)** zabranjuje društvu umanjene troška nekretnina, postrojenja i opreme za iznose dobivene od prodaje stavki proizvedenih tijekom pripreme imovine za namjeravanu upotrebu. Umjesto toga, društvo će takav prihod od prodaje i povezane troškove iskazati u računu dobiti i gubitka.

- **MRS 37 Rezerviranja, nepredviđene obveze i nepredviđena imovina (Izmjene i dopune)** precizira koje troškove društvo uključuje u određivanje troška ispunjenja ugovora u svrhu procjene je li ugovor štetan.

- **Godišnja poboljšanja 2018-2020** uključuju manje izmjene i dopune MSFI-ja 1 Prva primjena Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja, MSFI-ja 9 Financijski instrumenti, MRS-a 41 Poljoprivreda i prateće ilustrativne primjere uz MSFI 16 Najmovi.

Izmjene i dopune još nisu usvojene na razini EU, a Uprava predviđa da njihovo usvajanje neće imati značajan utjecaj na financijske izvještaje Grupe.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

b) Standardi koji su izdani, ali još nisu na snazi i nisu ranije usvojeni (nastavak)

• **MSFI 16 Najmovi – COVID-19 olakšice za najam (Izmjene i dopune)** primjenjuju se retroaktivno za godišnja izvještajna razdoblja koja počinju na ili nakon 1. lipnja 2020. godine. Ranija primjena je dopuštena uključivo u financijskim izvještajima koji još nisu odobreni za objavu na dan 28. svibnja 2020. godine. Odbor za MSFI-jeve izmijenio je i dopunio standard kako bi pružio olakšice najmoprimcima od primjene smjernica o računovodstvu modifikacije najma iz MSFI-ja 16 vezano za olakšice za najam nastale kao izravna posljedica pandemije COVID-19. Izmjena i dopuna pruža praktično izuzeće za najmoprimce omogućavajući im da svaku promjenu u plaćanjima najma koja je posljedica utjecaja COVID-19 računovodstveno tretiraju na isti način na koji bi evidentirali promjenu prema MSFI-ju 16, ako promjena nije modifikacija najma, ali samo ako su ispunjeni svi sljedeći uvjeti:

- Promjena plaćanja najma rezultira revidiranom naknadom za najam koja je u osnovi ista ili manja od naknade za najam neposredno prije promjene.
- Svako smanjenje plaćanja najma utječe samo na plaćanja koja su izvorno dospjela na datum 30. lipnja 2021. godine ili prije njega.
- Nema bitnih promjena u ostalim uvjetima najma.

Ova izmjena nije imala utjecaja na financijske izvještaje Grupe.

• **Reforma o ujednačavanju kamatne stope – Faza 2 – MSFI 9, MRS 39, MSFI 7, MSFI 4 i MSFI 16 (Izmjene i dopune)** U kolovozu 2020. godine, Odbor za MSFI-jeve objavio je fazu 2 reforme o ujednačavanju kamatne stope, izmjene i dopune MSFI-ja 9, MRS-a 39, MSFI-ja 7, MSFI-ja 4 i MSFI-ja 16, dovršavajući svoj rad kao odgovor na reformu međubankarskih ponuđenih stopa (IBOR). Izmjene određuju privremene olakšice koje se odnose na učinke financijskog izvještavanja kad se međubankarska ponuđena stopa (IBOR) zamijeni s alternativnom gotovo nerizičnom kamatnom stopom (RFR). Izmjene i dopune posebno predviđaju praktičnu olakšicu pri računovodstvu promjena u osnovi za utvrđivanje ugovornih novčanih tijekova financijske imovine i obveza kojom se zahtijeva prilagođavanje efektivne kamatne stope, istovjetno kretanju tržišne kamatne stope. Također, izmjene uključuju olakšice od prestanka odnosa računovodstva zaštite uključivo privremenu olakšicu od potrebe da se zadovolji odvojeno prepoznatljivi zahtjev kad je nerizičan instrument određen kao zaštita rizične komponente. Nadalje, izmjene MSFI-ja 4 oblikovane su kako bi se osiguravateljima koji još uvijek primjenjuju MRS 39 omogućilo da dobiju iste olakšice kao one predviđene izmjenama MSFI-ja 9. Predviđene su i izmjene MSFI-ja 7 Financijski instrumenti: Objave koje omogućuju korisnicima financijskih izvještaja razumijevanje efekata reforme o ujednačavanju kamatne stope na financijske instrumente društva i strategiju upravljanja rizicima. Izmjene i dopune primjenjive su za godišnja razdoblja koja počinju na ili nakon 1. siječnja 2021. godine pri čemu je ranija primjena dopuštena. Iako je primjena retroaktivna, društvo nije obvezno prepravljati prethodna razdoblja. Uprava predviđa da usvajanje faze 2 ove reforme neće imati značajan utjecaj na financijske izvještaje Grupe.

## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

### **2.2 Konsolidacija**

#### *(a) Ovisna društva*

Ovisna društva su sva društva (uključujući i društva s posebnom namjenom) nad kojima Grupa ima kontrolu. Grupa ima kontrolu nad društvom kada je izložena ili ima prava na različite povrate koji proizlaze iz povezanosti s društvom te kada, putem svoje moći nad društvom ima mogućnost utjecati na te povrate. Ovisna društva su u potpunosti konsolidirana od datuma na koji je kontrola stvarno prenesena na Grupu te isključena iz konsolidacije od dana kad ta kontrola prestane.

Grupa primjenjuje računovodstvenu metodu stjecanja za računovodstveni tretman poslovnih spajanja. Naknada prenesena za stjecanje ovisnog društva jest fer vrijednost prenesene imovine, nastalih obveza i glavnih udjela koje je izdala Grupa. Prenesena naknada uključuje fer vrijednost svake stavke imovine ili obveza koja je rezultat ugovora o potencijalnoj naknadi. Troškovi povezani sa stjecanjem iskazuju se u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti po nastanku. Stečena prepoznatljiva imovina, obveze i potencijalne obveze u poslovnom spajanju početno se mjere po fer vrijednosti na dan stjecanja. Grupa priznaje manjinske interese u stečenom društvu pojedinačno od stjecanja do stjecanja ili po fer vrijednosti ili po proporcionalnom udjelu manjinskog interesa u priznatoj prepoznatljivoj neto imovini stečenog društva.

Goodwill se početno mjeri kao višak ukupne prenesene naknade i fer vrijednosti manjinskog interesa u stečenom društvu i fer vrijednosti na datum stjecanja bilo kojeg prijašnjeg vlasničkog udjela u stečenom društvu iznad fer vrijednosti udjela Grupe u stečenoj prepoznatljivoj neto imovini. Ako je to ispod fer vrijednosti neto imovine stečenog ovisnog društva u slučaju stjecanja po cijeni nižoj od prodajne, razlika se iskazuje izravno u računu dobiti i gubitka (bilješka 2.6).

Sve transakcije unutar Grupe, stanja i nerealizirani dobiti od transakcija unutar društava Grupe se eliminiraju. Isto tako eliminiraju se i nerealizirani gubici. Prema potrebi, računovodstvene politike podružnica izmijenjene su kako bi se uskladile s politikama koje primjenjuje Grupa.

#### *(b) Transakcije s manjinskim interesima*

Grupa transakcije s manjinskim interesima koje ne rezultiraju gubitkom kontrole nad ovisnim društvom tretira kao transakcije s većinskim vlasnicima Grupe. Kod otkupa dionica od manjinskih interesa razlika između plaćenih iznosa i pripadajućeg stečenog udjela knjigovodstvene vrijednosti neto imovine ovisnog društva iskazuju se u kapitalu. Dobici ili gubici od prodaje manjinskog interesa također se iskazuju u kapitalu.

#### *(c) Prestanak kontrole nad ovisnim društvom*

Kad Grupa izgubi kontrolu, prestaje priznavati povezanu imovinu (uključujući goodwill), obveze, nekontrolirajući interes te ostale komponente kapitala, dok se svi zadržani udjeli u društvu ponovno procjenjuju na fer vrijednost, uz priznavanje promjene knjigovodstvene vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Fer vrijednost je početna knjigovodstvena vrijednost u svrhu naknadnog računovodstvenog tretmana zadržanih udjela kao pridruženog društva, zajedničkog pothvata ili financijske imovine. Nadalje, svi iznosi prethodno priznati u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti vezani za to društvo računovodstveno se tretiraju kao da je Grupa izravno prodala povezanu imovinu ili obveze. To može značiti da se iznosi prethodno priznati u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti reklasificiraju u račun dobiti i gubitka.

## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

### **2.3 Izvještavanje o poslovnim segmentima**

O poslovnim segmentima izvještava se sukladno internom izvještavanju izvršnom donositelju odluka. Izvršni donositelj odluka, koji je odgovoran za alokaciju resursa i ocjenjivanje uspješnosti poslovnih segmenata je Strateško poslovno vijeće.

### **2.4 Strane valute**

#### *(a) Funkcionalna i izvještajna valuta*

Stavke uključene u financijske izvještaje svake pojedine članice Grupe iskazane su u valuti primarnog gospodarskog okruženja u kojem to društvo posluje ('funkcionalna valuta'). Konsolidirani financijski izvještaji prikazani su u kunama, što predstavlja funkcionalnu valutu Društva i izvještajnu valutu Grupe.

#### *(b) Transakcije i stanja u stranoj valuti*

Transakcije u stranim sredstvima plaćanja preračunavaju se u funkcionalnu valutu tako da se iznosi u stranim sredstvima plaćanja preračunavaju po tečaju na dan transakcije ili na dan vrednovanja u slučaju da se stavke ponovno vrednuju. Dobici ili gubici od tečajnih razlika, koji nastaju prilikom podmirenja tih transakcija i preračuna monetarne imovine i obveza izraženih u stranim valutama, priznaju se u računu dobiti i gubitka.

Dobici ili gubici od tečajnih razlika koji se odnose na obveze po primljenim kreditima i obvezama po najmovima iskazani su u računu dobiti i gubitka unutar financijskih prihoda ili rashoda. Svi ostali dobiti ili gubici od tečajnih razlika su iskazani unutar stavke „Ostali dobiti/(gubici) – neto“ u računu dobiti i gubitka.

#### *(c) Članice Grupe*

Rezultati poslovanja i financijsko stanje svih članica Grupe čija se funkcionalna valuta razlikuje od izvještajne valute preračunavaju se u izvještajnu valutu kako slijedi:

- (i) imovina i obveze za svaku bilancu preračunavaju se prema zaključnom tečaju na datum te bilance;
- (ii) prihodi i rashodi za svaki račun dobiti i gubitka preračunavaju se prema prosječnim tečajevima; i
- (iii) sve nastale tečajne razlike priznaju se na zasebnoj poziciji unutar ostale sveobuhvatne dobiti.

U konsolidaciji, tečajne razlike nastale preračunom neto ulaganja u inozemna ovisna društva evidentiraju se u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Prilikom prodaje inozemnog ovisnog društva, sve tečajne razlike iz kapitala reklasificiraju se iz ostale sveobuhvatne dobiti u račun dobiti i gubitka kao dio dobitka ili gubitka od prodaje.

Goodwill i korekcije fer vrijednosti po stjecanju društva u inozemstvu se tretiraju kao imovina i obveze društva u inozemstvu, te se preračunavaju po zaključnom tečaju na datum bilance. Tečajne razlike nastale prilikom preračuna priznaju se unutar ostale sveobuhvatne dobiti.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.5 Nekretnine, postrojenja i oprema

Nekretnine, postrojenja i oprema iskazani su u bilanci po povijesnom trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti, ako je potrebno. Povijesni trošak uključuje trošak koji je izravno povezan sa stjecanjem imovine.

Naknadni izdaci uključuju se u knjigovodstvenu vrijednost imovine ili se, po potrebi, priznaju kao zasebna imovina samo ako će Grupa imati buduće ekonomske koristi od spomenute imovine, te ako se trošak imovine može pouzdano mjeriti. Knjigovodstvena vrijednost zamijenjenog dijela prestaje se priznavati. Svi ostali troškovi investicijskog i tekućeg održavanja terete račun dobiti i gubitka u financijskom razdoblju u kojem su nastali.

Zemljište i imovina u pripremi se ne amortiziraju. Amortizacija ostalih nekretnina, postrojenja i opreme se obračunava primjenom pravocrtne metode u svrhu alokacije troška do rezidualne vrijednosti sredstva te imovine u toku njenog procijenjenog korisnog vijeka uporabe, kako slijedi:

Zgrade	10 do 50 godina
Postrojenja i oprema	2 do 20 godina

Rezidualna vrijednost imovine predstavlja procijenjeni iznos koji bi Grupa trenutno dobila od prodaje imovine umanjen za procijenjeni trošak prodaje u slučaju da je imovina dosegla starost i stanje koje se očekuje na kraju vijeka trajanja imovine. Rezidualna vrijednost imovine je nula ako Grupa očekuje da će je koristiti do kraja njenog vijeka trajanja. Rezidualna vrijednost imovine i korisni vijek uporabe pregledavaju se na svaki datum bilance i po potrebi usklađuju.

U slučaju da je knjigovodstveni iznos imovine veći od procijenjenog nadoknadivog iznosa, razlika se otpisuje do nadoknadivog iznosa (bilješka 2.7).

Dobici i gubici nastali prodajom određuju se usporedbom prihoda i knjigovodstvene vrijednosti sredstva i uključuju se u „Ostale dobitke/(gubitke) – neto“ u konsolidiranom računu dobiti i gubitka.



## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.6 Nematerijalna imovina

#### (a) *Goodwill*

Goodwill predstavlja razliku između troška stjecanja i fer vrijednosti udjela Grupe u neto prepoznatljivoj imovini stečenog ovisnog društva, priznatog iznosa nekontrolirajućeg interesa i fer vrijednosti prethodnog udjela s datumom stjecanja. Goodwill nastao stjecanjem ovisnog društva iskazan je u okviru nematerijalne imovine.

Goodwill se provjerava za umanjeње vrijednosti godišnje ili i češće, ukoliko događaji i okolnosti indiciraju potencijalno umanjeње vrijednosti te se iskazuje po trošku stjecanja umanjeњom za akumulirane gubitke od umanjeња vrijednosti. Gubici od umanjeња vrijednosti goodwilla se ne ukidaju. Dobici i gubici od prodaje poslovnog subjekta uključuju knjigovodstvenu vrijednost goodwilla koja se odnosi na prodani subjekt.

Goodwill se alocira na jedinice stvaranja novca za potrebe testiranja umanjeња vrijednosti. Alokacija se provodi na one jedinice stvaranja novca za koje se očekuje da će imati koristi od sinergija iz poslovne kombinacije u kojoj je goodwill nastao. Goodwill se prati na razini poslovnog segmenta.

#### (b) *Distribucijska prava*

Pojedinačno stečena distribucijska prava iskazuju se po povijesnom trošku. Distribucijska prava stečena poslovnim kombinacijama priznaju se po fer vrijednosti na dan stjecanja. Prava distribucije proizvoda imaju ograničen vijek uporabe i iskazuju se po trošku umanjeњom za akumuliranu amortizaciju i umanjeње vrijednosti, ako postoji. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak prava tijekom njihova procijenjenog vijeka uporabe (od 1,5 do 5 godina).

#### (c) *Brendovi*

Brendovi stečeni poslovnim kombinacijama iskazuju se po inicijalno utvrđenoj fer vrijednosti (na dan stjecanja) umanjeњi za akumuliranu amortizaciju. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak brenda u toku njegovog procijenjenog vijeka uporabe (15 godina).

Brendovi s neograničenim vijekom uporabe se ne amortiziraju nego se godišnje provjeravaju zbog umanjeња vrijednosti na razini jedinice stvaranja novca.

#### (d) *Računalni softver*

Licence za softver kapitaliziraju se na temelju troškova stjecanja i troškova koji nastaju dovođenjem softvera u radno stanje. Ovi troškovi amortiziraju se pravocrtnom metodom tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (do 5 godina).

#### (e) *Licence*

Licence stečene poslovnim kombinacijama iskazuju se po fer vrijednosti utvrđenoj na dan stjecanja. Licence imaju neograničen vijek upotrebe i ne amortiziraju se, ali se godišnje provjeravaju zbog umanjeња vrijednosti na razini jedinice stvaranja novca. Pojedinačno stečene licence iskazuju se po trošku stjecanja i amortiziraju pravocrtnom metodom tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (5 godina).

#### (f) *Ugovori s kupcima*

Ugovori s kupcima stečeni poslovnim kombinacijama iskazuju se po inicijalno utvrđenoj fer vrijednosti (na dan stjecanja) umanjeњi za akumuliranu amortizaciju. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (5 godina).

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.7 Umanjenje vrijednosti nefinancijske imovine

Najmanje jednom godišnje se ispituje umanjenje vrijednosti imovine koja ima neograničen korisni vijek uporabe i koja se ne amortizira (kao što su brendovi, licence i goodwill). Imovina koja se amortizira pregledava se zbog umanjenja vrijednosti kada događaji ili promijenjene okolnosti ukazuju na to da knjigovodstvena vrijednost možda nije nadoknadiva. Gubitak od umanjenja vrijednosti priznaje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti imovine i njenog nadoknadivog iznosa. Nadoknadivi iznos je fer vrijednost imovine umanjena za troškove prodaje ili vrijednost imovine u uporabi, ovisno o tome koja vrijednost je viša. Za potrebe procjene umanjenja vrijednosti, imovina se grupira na najniži nivo kako bi se pojedinačno utvrdio novčani tok (jedinice stvaranja novca). Nefinancijska imovina osim goodwilla za koju je iskazan gubitak od umanjenja vrijednosti, provjerava se na svaki datum izvještavanja radi mogućeg ukidanja umanjenja vrijednosti.

### 2.8 Financijska imovina

Grupa klasificira svoju financijsku imovinu u sljedeće kategorije: financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka, financijska imovina po fer vrijednosti u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti i financijska imovina po amortiziranom trošku. Klasifikacija ovisi o svrsi za koju je financijska imovina stečena. Uprava određuje klasifikaciju financijske imovine pri početnom priznavanju i vrednuje tu odluku na svaki datum izvještavanja.

#### a) *Financijska imovina po amortiziranom trošku*

Grupa mjeri financijsku imovinu po amortiziranom trošku ako su ispunjena oba sljedeća uvjeta:

- Financijska imovina se drži unutar poslovnog modela s ciljem držanja financijske imovine radi naplate ugovornih novčanih tokova,
- Ugovorni uvjeti financijske imovine proizlaze na određene datume za novčane tokove koji su isključivo plaćanje glavnice i kamata na nepodmireni iznos glavnice.

Financijska imovina po amortiziranom trošku naknadno se mjeri metodom efektivne kamatne stope i podložna je umanjenju vrijednosti. Dobici i gubici priznaju se u računu dobiti i gubitka kada se imovina prestane priznavati, promijeni se ili se umanjuje.

Financijska imovina po amortiziranom trošku uključuje potraživanja od kupaca i dane kredite i depozite.

#### b) *Financijska imovina po fer vrijednosti kroz račun dobiti i gubitka*

Ova kategorija uključuje financijsku imovinu namijenjenu trgovanju. Financijska imovina se klasificira u ovu kategoriju ako je stečena prvenstveno u svrhu prodaje u kratkom roku. Imovina u ovoj kategoriji klasificirana je kao kratkotrajna imovina, osim derivativnih financijskih instrumenata.

#### c) *Financijska imovina po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit (OSD)*

Grupa mjeri financijsku imovinu po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit ako su oba sljedeća uvjeta zadovoljena:

- Financijska imovina se drži unutar poslovnog modela s ciljem držanja financijske imovine radi naplate ili prodaje ugovornih novčanih tokova,
- Ugovorni uvjeti financijske imovine proizlaze na određene datume za novčane tokove koji su isključivo plaćanje glavnice i kamata na nepodmireni iznos glavnice.

Za dužničke instrumente po fer vrijednosti kroz OSD, prihodi od kamata, tečajne razlike, ispravke vrijednosti ili ukidanja ispravaka vrijednosti priznaju se u računu dobiti i gubitka i izračunavaju se na isti način kao i za financijsku imovinu mjerenu po amortiziranom trošku.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.8 Financijska imovina (nastavak)

#### c) *Financijska imovina po fer vrijednosti kroz ostalu sveobuhvatnu dobit (OSD) (nastavak)*

Preostale promjene fer vrijednosti priznaju se u OSD. Nakon prestanka priznavanja, kumulativna promjena fer vrijednosti priznata u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti reciklira se kroz dobit ili gubitak.

Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD uključena je u dugotrajnu imovinu, osim ako Uprava ima namjeru prodati ulaganje unutar razdoblja od 12 mjeseci od datuma bilance. Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD iskazuje se po fer vrijednosti, osim u slučaju ulaganja u glavničke instrumente koji ne kotiraju na aktivnom tržištu i čija se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti; tada se ona iskazuje po trošku ulaganja.

Sva kupljena i prodana financijska imovina priznaje se na datum transakcije, odnosno na datum na koji se Grupa obvezala kupiti ili prodati sredstvo. Ulaganja se početno priznaju po fer vrijednosti uvećanoj za troškove transakcije za cjelokupnu financijsku imovinu koja nije iskazana po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Financijska imovina se prestaje priznavati kada isteknu ili su prenesena prava na primitak novčanih tokova od ulaganja ili kada je Grupa prenijela sve bitne rizike i koristi vlasništva.

Kod promjene fer vrijednosti monetarnih vrijednosnica izraženih u stranoj valuti i klasificiranih kao raspoložive za prodaju analiziraju se tečajne razlike koje su rezultat promjena amortiziranog troška vrijednosnica i ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti vrijednosnica.

Prihodi od kamata i razlike u preračunu priznaju se u računu dobiti i gubitka, a ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Promjene u fer vrijednosti ostalih monetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju i nemonetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju priznaju se u OSD.

Fer vrijednosti ulaganja koja kotiraju na burzi temelje se na tekućim cijenama ponude. Ako tržište za neko financijsko sredstvo nije aktivno, Grupa utvrđuje fer vrijednost pomoću tehnika procjene vrijednosti koje uzimaju u obzir nedavne transakcije pod uobičajenim trgovačkim uvjetima te usporedbu s drugim sličnim instrumentima, analizu diskontiranog novčanog toka i modela određivanja cijena opcija, maksimalno koristeći tržišne informacije te se minimalno oslanjajući na informacije specifične za poslovni subjekt.

Grupa priznaje ispravak vrijednosti za očekivane kreditne gubitke (eng. *Expected credit loss* ili *ECL*) za sve dužničke instrumente koji se ne vode po fer vrijednosti kroz račun dobiti i gubitka. Očekivani kreditni gubici se temelje na razlici između ugovornih novčanih tokova koji su dospjeli u skladu s ugovorom i svih novčanih tokova koje Grupa očekuje da će primiti.

Očekivani kreditni gubici se prepoznaju u dvije faze. Za kreditne izloženosti za koje nije došlo do značajnog povećanja kreditnog rizika od početnog priznavanja, očekivani kreditni gubici se priznaju za kreditne gubitke koji proizlaze iz neplaćenih događaja koji su mogući u sljedećih 12 mjeseci (očekivani kreditni gubici za 12 mjeseci). Za one kreditne izloženosti kod kojih je došlo do značajnog povećanja kreditnog rizika od početnog priznavanja, potreban je ispravak za očekivane kreditne gubitke tijekom preostalog vijeka trajanja izloženosti, bez obzira na vrijeme zaduživanja (doživotni očekivani kreditni gubici). Za potraživanja od kupaca i ugovornu imovinu, Grupa primjenjuje pojednostavljeni pristup u kalkulaciji očekivanih kreditnih gubitaka i stoga ne prati promjene kreditnog rizika već priznaje ispravak vrijednosti na temelju očekivanog doživotnog očekivanog kreditnog gubitka na kraju svakog izvještajnog razdoblja. Financijska imovina se otpisuje kada ne postoji razumno očekivanje naplate. Iznosi ispravka vrijednosti potraživanja i naknadno naplaćeni iznosi iskazuju se u računu dobiti i gubitka u okviru pozicije 'Ostali troškovi poslovanja'.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.9 Najmovi

#### *(i) Aktivnosti Grupe vezane uz najmove i računovodstvena politika*

Grupa unajmljuje razne urede, opremu i vozila. Ugovori o najmu obično se sklapaju na određeno razdoblje od 12 mjeseci do 5 godina, ali mogu imati i mogućnost produljenja kako je opisano u točki (iii) u nastavku. Ugovori o najmu mogu sadržavati i komponente najma i komponente koje se ne odnose na najam. Grupa je odlučila da ne odvaja ove komponente nego da ugovore tretira kao jedinstvenu komponentu najma. Uvjeti ugovora o najmu pregovaraju se na individualnoj osnovi i sadržavaju širok raspon različitih uvjeta. Ugovori o najmu ne nameću nikakve ugovorne uvjete osim sigurnosnih udjela u imovini koja je predmet najma. Imovina u najmu se ne može koristiti kao sredstvo jamstva za posudbe.

Imovina i obveze koje proizlaze iz najma inicijalno se mjere temeljem sadašnje vrijednosti. Obveze po najmovima uključuju neto sadašnju vrijednost sljedećih plaćanja najamnina:

- Fiksna plaćanja (uključujući suštinski fiksna plaćanja), umanjeno za potraživanja za poticaje najmova
- Varijabilna plaćanja najma koja se temelje na indeksu ili stopi, inicijalno mjerena po indeksu ili stopi važećem na dan početka najma
- Iznose za koje se očekuje da će ih Grupa platiti prema jamstvima za ostatak vrijednosti
- Izvršnu cijenu opcije kupnje ukoliko je opravdano izvjesno da će Grupa opciju iskoristiti
- Plaćanja penala za prekid najma, ukoliko se uvjeti najma odražavaju na korištenje opcije prekida.

Plaćanja najma koja se izvršavaju pod razumno određenim opcijama produljenja također su uključena u mjerenje obveze. Plaćanja najmova diskontiraju se korištenjem kamatne stope implicitne u ugovoru o najmu. Ukoliko se ta stopa ne može utvrditi, što je općenito slučaj za najmove Grupe, koristi se inkrementalna stopa zaduživanja najmoprimca što je stopa koju bi najmoprimac platio da posuđuje sredstva potrebna za kupnju imovine slične vrijednosti u odnosu na imovinu s pravom korištenja, u sličnom ekonomskom okruženju sa sličnim stanjem, osiguranjima i uvjetima. U tom smislu, za nove ugovore o najmu i one ugovore kod kojih je nastupila modifikacija s rokom dospjeća dužim od 5 godina korištena je inkrementalna stopa zaduživanja od 2% koja predstavlja dugoročni neosigurani rizik Društva (2019.: 3%), a inkrementalna stopa zaduživanja od 1% koja predstavlja osigurani rizik Društva korištena je za nove i modificirane ugovore o najmu čije je dospjeće 5 godina ili kraće (2019.: 2%).

Plaćanja najmova raspoređuju se na glavnici i kamatu. Trošak kamate tereti račun dobiti i gubitka tijekom razdoblja trajanja najma kako bi se kreirala konstantna periodična kamata na preostali saldo obveze za svako razdoblje.

Pravo na korištenje imovine mjeri se po trošku koji sadrži sljedeće:

- Visinu početnog mjerenja obveze po najmu
- Bilo kakva plaćanja najma provedena prije ili na datum početka najma umanjeno za primljene poticaje za najam
- Bilo kakve početne direktne troškove te
- Troškove obnove

Pravo na korištenje imovine se obično amortizira pravocrtno tijekom korisnog vijeka trajanja imovine ili tijekom trajanja ugovora o najmu, ovisno o tome što je kraće. Ukoliko je opravdano sigurno da će Grupa iskoristiti opciju kupnje imovine, amortizacija se obračunava tijekom korisnog vijeka trajanja imovine.

## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

### **2.9 Najmovi (nastavak)**

#### *(i) Aktivnosti Grupe vezane uz najmove i računovodstvena politika (nastavak)*

Plaćanja povezana s kratkoročnim najmovima opreme i vozila te svih najmova imovine male vrijednosti i softverskih licenci priznaju se pravocrtno na trošak u računu dobiti i gubitka. Kratkoročni najmovi su najmovi s rokom od 12 mjeseci i kraće. Imovina male vrijednosti odnosi se na IT opremu te manje stavke uredskog namještaja.

#### *(ii) Varijabilna plaćanja najma*

Grupa može biti izložena promjenjivim uvjetima plaćanja povezanim s indeksom ili stopom, koji nisu uključeni u obvezu najma sve dok ne stupe na snagu. Kada prilagodbe temeljene indeksom ili stopom stupe na snagu, obveze po najmovima se ponovno vrednuju te se radi usklađivanje vrijednosti prava na korištenje imovine. Varijabilna plaćanja najma koja ovise o realizaciji prodaje, ukoliko su ugovorena, iskazuju se u računu dobiti i gubitka u okviru pozicije 'Ostali troškovi poslovanja'.

#### *(iii) Opcije produljenja i otkazivanja*

Opcije produljenja i otkazivanja uključene su u brojne ugovore o najmu nekretnina i opreme Grupe. One se koriste radi maksimiziranja operativne fleksibilnosti u pogledu upravljanja imovinom koja se koristi u poslovanju Grupe.

Prihodi od najma u kojima je Grupa najmodavac priznaju se u računu dobiti i gubitka pravocrtno tijekom trajanja najma. Početni izravni troškovi nastali pri dobivanju operativnog najma dodaju se knjigovodstvenoj vrijednosti predmetne imovine i priznaju kao trošak tijekom trajanja najma na istoj osnovi kao i prihod od najma. Predmetna imovina dana u najam uključena je u bilancu Grupe na temelju njezine prirode.

### **2.10 Zalihe**

Zalihe sirovina i rezervnih dijelova iskazuju se po trošku nabave koji je određen metodom ponderiranih prosječnih cijena ili neto ostvarivoj vrijednosti, ovisno o tome koja vrijednost je niža. Neto ostvariva vrijednost predstavlja procjenu prodajne cijene u redovnom poslovanju umanjenu za varijabilne troškove prodaje.

Trošak proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda obuhvaća sirovine, trošak izravnog rada, ostale izravne troškove i pripadajući dio općih troškova proizvodnje (na osnovu normalnog redovnog kapaciteta proizvodnje), a ne uključuje troškove posudbe.

Trgovačka roba iskazuje se po prodajnoj cijeni umanjenoj za poreze i marže.

Prema potrebi obavlja se ispravak vrijednosti oštećenih zaliha te zaliha kojima je prošao rok upotrebe.

## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

### **2.11 Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja**

Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja početno se priznaju po fer vrijednosti, a naknadno se mjere po amortiziranom trošku uporabom metode efektivne kamatne stope, umanjeno za ispravak vrijednosti za očekivane kreditne gubitke, kako je opisano u bilješci 2.8.

### **2.12 Novac i novčani ekvivalenti**

Novac i novčani ekvivalenti obuhvaćaju gotovinu, depozite kod banaka po viđenju i ostale kratkotrajne visoko likvidne instrumente s rokovima naplate do tri mjeseca ili kraće (osim mjenica). U bilanci su prekoračenja po bankovnim računima uključena u obveze po primljenim kreditima u sklopu kratkoročnih obveza.

### **2.13 Dionički kapital**

Dionički kapital sastoji se od redovnih dionica. Primici koji se iskazuju u glavnici pri izdavanju novih dionica ili opcija iskazuju se umanjeno za pripadajuće troškove transakcije i porez na dobit. Iznos fer vrijednosti primljene naknade iznad nominalne vrijednosti izdanih dionica prikazan je u bilješkama kao kapitalna dobit.

Za slučaj kada bilo koja članica Grupe kupuje dionice Društva (vlastite dionice), plaćena naknada za kupljene dionice, uključujući sve izravno pripadajuće troškove transakcije, umanjuje dionički kapital sve do povlačenja dionica ili njihovog ponovnog izdavanja. Prilikom ponovnog izdavanja vlastitih dionica svi primici, umanjeno za sve izravno pripadajuće troškove transakcije i porez na dobit, uključuju se u glavicu koja pripada dioničarima Društva.

### **2.14 Posudbe**

Posudbe se početno priznaju po fer vrijednosti umanjenoj za troškove transakcije. U budućim razdobljima, posudbe se iskazuju po amortiziranom trošku; sve razlike između primitaka (umanjenih za troškove transakcije) i otkupne vrijednosti priznaju se u računu dobiti i gubitka tijekom razdoblja trajanja posudbe, koristeći metodu efektivne kamatne stope.

Naknade koje su plaćene prilikom odobrenja kreditnih linija priznaju se kao transakcijski trošak kredita do iznosa za koji je vjerojatno da će sav ili dio kredita biti korišten. U tom slučaju, trošak naknade se odgađa sve dok se ne realizira korištenje kredita. Do iznosa za koji ne postoji dokaz da je vjerojatno korištenje dijela ili čitavog iznosa kredita, naknada se kapitalizira kao unaprijed plaćena za usluge likvidnosti te se amortizira kroz razdoblje na koji se kreditna linija odnosi.

Posudbe se klasificiraju kao kratkoročne obveze, osim ako Grupa ima bezuvjetno pravo odgoditi podmirenje obveze najmanje 12 mjeseci nakon datuma bilance.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.15 Tekući i odgođeni porez

Trošak poreza na dobit za razdoblje se sastoji od tekućeg i odgođenog poreza. Porez se iskazuje u računu dobiti i gubitka, osim do dijela koji se odnosi na stavke priznate u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti ili izravno u glavnici. U tom slučaju, porez je također priznat u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti ili izravno u glavnici. Iznos poreza na dobit za tekuću godinu obračunava se na temelju poreznog zakona koji je na snazi ili se djelomično primjenjuje na dan bilance u zemljama u kojima Društvo i njegova ovisna društva posluju i ostvaruju oporezivu dobit. Uprava povremeno procjenjuje pojedine stavke u poreznim prijavama s obzirom na situacije u kojima su primjenjive porezne odredbe podložne tumačenju te razmatra formiranje rezerviranja, gdje je to prikladno, na temelju očekivanog iznosa koji treba platiti Poreznoj upravi.

Iznos odgođenog poreza obračunava se metodom bilančne obveze, na privremene razlike između porezne osnovice imovine i obveza i njihove knjigovodstvene vrijednosti u financijskim izvještajima. Međutim, odgođeni porez se ne priznaje ako proizlazi iz početnog priznavanja imovine ili obveza u transakciji koja nije poslovna kombinacija i koja u vrijeme transakcije ne utječe na računovodstvenu dobit niti na oporezivu dobit odnosno gubitak. Odgođeni porez se priznaje na privremene razlike koje proizlaze iz ulaganja u ovisna društva, osim u slučaju kada Grupa kontrolira vrijeme povrata privremene razlike i kada je vjerojatno da se privremena razlika neće poništiti u doglednoj budućnosti.

Odgođena porezna imovina i obveze mjere se poreznim stopama za koje se očekuje da će se primjenjivati u razdoblju kada će imovina biti nadoknađena ili obveza podmirena, na temelju poreznih stopa koje su, i poreznih zakona koji su, na snazi ili se djelomično primjenjuju na datum bilance. Odgođena porezna imovina priznaje se do visine buduće oporezive dobiti za koju je vjerojatno da će biti raspoloživa za iskorištenje privremenih razlika.

### 2.16 Primanja radnika

#### (a) Obveze za mirovine i ostale obveze nakon umirovljenja

Tijekom redovnog poslovanja prilikom isplata plaća Grupa u ime svojih radnika koji su članovi obveznih mirovinskih fondova obavlja redovita plaćanja doprinosa sukladno zakonu. Obvezni mirovinski doprinosi fondovima iskazuju se kao dio troška plaća kada se obračunaju. Grupa nema dodatni mirovinski plan te stoga nema nikakvih drugih obveza u svezi s mirovinama radnika. Nadalje, Grupa nema obvezu osigurati bilo koja druga primanja radnika nakon njihova umirovljenja izuzev zakonski utvrđenog ili internim pravilnikom reguliranog jednokratnog plaćanja pri samome trenutku umirovljenja. Obveza iskazana u bilanci predstavlja sadašnju vrijednost obveza za jednokratne otpremnine prilikom redovnog umirovljenja na datum bilance. Obvezu mjeri nezavisni aktuar jednom godišnje. Aktuarski dobiti i gubici koji proizlaze iz usklada i promjena temeljenih na iskustvu u aktuarskim pretpostavkama iskazuju se u razdoblju u kojemu nastaju direktno u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Kamata iz aktuarskog izračuna iskazuje se u računu dobiti i gubitka, u sklopu rashoda od kamata.

#### (b) Otpremnine

Obveze za otpremnine se priznaju kad Grupa prijevremeno prekine Ugovor o radu sa radnikom ili odlukom radnika da dragovoljno prihvati prekid radnog odnosa u zamjenu za naknadu, odnosno prilikom odlaska u prijevremenu mirovinu. Grupa priznaje obveze za otpremnine kada je dokazivo preuzela obvezu prekinuti radni odnos sa sadašnjim radnicima na osnovu detaljnog formalnog plana, bez mogućnosti da od njega odustane ili kada osigurava otpremnine kao rezultat ponude da potakne dragovoljno raskidanje radnog odnosa, odnosno prilikom odlaska u prijevremenu mirovinu. Otpremnine koje dopijevaju u razdoblju duljem od 12 mjeseci nakon datuma bilance, diskontiraju se na njihovu sadašnju vrijednost.

## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

### **2.16 Primanja radnika (nastavak)**

#### *(c) Dugoročna primanja radnika*

Grupa priznaje obvezu za dugoročna primanja radnika (jubilarne nagrade) ravnomjerno u razdoblju u kojem je nagrada ostvarena, na temelju stvarnog broja godina radnog staža. Obvezu za dugoročna primanja radnika mjeri nezavisni aktuar jednom godišnje, koristeći pretpostavke o broju radnika kojima navedena primanja treba isplatiti, procijenjeni trošak navedenih primanja te diskontnu stopu. Aktuarski dobiti i gubici koji proizlaze iz usklada i promjena temeljenih na iskustvu u aktuarskim pretpostavkama knjiže se odmah u korist ili na teret računa dobiti i gubitka u sklopu troškova radnika. Kamata iz aktuarskog izračuna iskazuje se u računu dobiti i gubitka, u sklopu rashoda od kamata.

#### *(d) Isplate s temelja dionica*

Uprava i zaposlenici Grupe imaju pravo kroz ESOP program primiti naknadu za rad u obliku isplate s temelja dionica, po kojoj zaposlenici pružaju usluge u zamjenu za glavničke instrumente („transakcije podmirene glavničkim instrumentima“).

Trošak transakcija podmirenih glavničkim instrumentima mjeri se po fer vrijednosti glavničkih instrumenata na datum dodjele. Taj trošak se priznaje, zajedno s odgovarajućim povećanjem glavnice, tijekom razdoblja u kojem su uvjeti ispunjeni, završno s danom kada će zaposlenici ostvariti puno pravo na nagradu („dan ostvarivanja prava“). Ukupni rashod koji se priznaje za transakcije podmirene glavničkim instrumentima na svaki datum izvještavanja do dana ostvarivanja prava odražava mjeru u kojoj je isteklo razdoblje ostvarivanja prava i najbolju procjenu Grupe o broju glavničkih instrumenata koji će se u konačnici ostvariti. Rashod ili prihod u računu dobiti i gubitka predstavlja promjenu ukupnog rashoda koja se priznaje na početku i kraju tog razdoblja.

#### *(e) Kratkoročna primanja radnika*

Grupa priznaje rezerviranje za bonuse i akumulirane neiskorištene dane godišnjeg odmora kada postoji ugovorna obveza ili praksa iz prošlosti na temelju koje je nastala izvedena obveza.

### **2.17 Rezerviranja**

Rezerviranja za troškove otpremnina i dugoročna primanja radnika, troškove restrukturiranja, troškove garancija u jamstvenom roku i sudske sporove priznaju se ako Grupa ima sadašnju zakonsku ili izvedenu obvezu kao posljedicu prošlog događaja, ako je vjerojatno da će biti potreban odljev resursa radi podmirivanja obveze te ako se iznos obveze može pouzdano procijeniti.

Kada postoji veći broj sličnih obveza, vjerojatnost da će za njihovo podmirenje biti potreban odljev resursa određuje se njihovim razmatranjem kao cjeline. Rezerviranje se priznaje i kada je mala vjerojatnost odljeva resursa za bilo koju stavku obveza koja se nalazi u istoj kategoriji.

Rezerviranja se mjere po sadašnjoj vrijednosti troškova za koje se očekuje da će biti potrebni za podmirenje obveze, korištenjem diskontne stope prije poreza, koja odražava tekuće tržišne procjene vremenske vrijednosti novca kao i rizike koji su specifični za navedenu obvezu. Učinak povećanja rezerviranja, kao odraz protoka vremena iskazuje se u okviru rashoda od kamata.



## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

### **2.18 Priznavanje prihoda**

Grupa priznaje prihode kako bi se prikazao prijenos obećane robe ili usluga kupcima u iznosu koji odražava naknadu za koju Grupa očekuje da ima pravo u zamjenu za tu robu ili usluge. Osnovno načelo iskazano je u okviru modela koji se sastoji od pet koraka.

Prihodi se sastoje od fer vrijednosti primljene naknade ili potraživanja za prodane proizvode, robu ili usluge u redovnom poslovanju Grupe. Prihodi su iskazani u iznosima koji su umanjeni za porez na dodanu vrijednost, rabate i diskonte, troškove ulistavanja proizvoda i marketinških aktivnosti koji su sastavni dio ugovora s kupcima. Sve ostale marketinške aktivnosti vezane za marketinške kampanje koje nisu sastavni dio ugovora s kupcima iskazane su u sklopu Troškova marketinga i unapređenja prodaje. Grupa priznaje prihode kada se iznos prihoda može pouzdano mjeriti, kada je vjerojatno da će Grupa ostvariti buduće ekonomske koristi i kada su zadovoljeni specifični kriteriji za sve djelatnosti Grupe koje su opisane u nastavku.

#### *(a) Prihodi od veleprodaje proizvoda i trgovačke robe*

Grupa proizvodi i prodaje svoje proizvode i tuđu robu u veleprodaji. Prihodi od veleprodaje priznaju se kada Grupa obavi isporuke robe veletrgovcu, kada veletrgovac ima slobodu određivanja prodajne cijene i kada ne postoji nijedna nepodmirena obveza koja bi mogla utjecati na prihvaćanje proizvoda od strane veletrgovca. Isporuka je izvršena kad se proizvodi otpreme na određenu lokaciju, rizici gubitka prenesu na veletrgovca i kad je utvrđeno jedno od navedenoga: veletrgovac prihvaća proizvode u skladu s ugovorom, ili je rok za prihvaćanje proizvoda protekao ili Grupa ima objektivne dokaze o tome da su svi kriteriji prihvaćanja zadovoljeni.

Proizvodi se prodaju uz količinski popust i kupci imaju pravo na povrat neispravne robe. Prihodi od prodaje iskazuju se na temelju cijene iz ugovora o prodaji, umanjeni za procijenjene količinske popuste i povrate u trenutku prodaje. Procjene popusta i povrata i njihovo priznavanje provode se na temelju stečenog iskustva. Količinski popusti procjenjuju se temeljem očekivane prodaje na godišnjoj razini. Prodaja ne sadržava elemente financiranja, jer je rok naplate potraživanja do 90 dana, što je u skladu s tržišnom praksom.

#### *(b) Prihodi od prodaje robe - maloprodaja*

Grupa posluje preko lanca ljekarni i specijaliziranih prodavaonica. Prihod od prodaje robe priznaje se u trenutku kada se proizvod proda kupcu. U maloprodaji se roba obično plaća u novcu ili kreditnom karticom. Grupa provodi program za lojalne kupce sukladno kojem se kupcima pruža mogućnost skupljanja nagradnih bodova prilikom kupnje proizvoda. Nakon što skupe određeni broj nagradnih bodova, kupci iste mogu iskoristiti za popuste prilikom sljedeće kupnje, podložno minimalnom broju skupljenih bodova. Primljena naknada alocira se na prodane proizvode i izdane bodove. Dio fer vrijednosti primljene naknade raspoređuje se na nagradne bodove i razgraničava se, a zatim priznaje kao prihod kroz razdoblje u kojem su nagradni bodovi iskorišteni.

#### *(c) Prihodi od usluga*

Prihodi od usluga priznaju se u razdoblju u kojem su usluge obavljene, prema stupnju dovršenosti, na osnovu udjela stvarno obavljenih usluga u odnosu na ukupne usluge koje se trebaju obaviti.

#### *(d) Prihod od kamata*

Prihodi od kamata nastali po osnovu sredstava oročenih kod banaka, danih kredita i kamate od kupaca priznaju se na vremenski proporcionalnoj osnovi koristeći metodu efektivne kamatne stope.

#### *(e) Prihodi od najma*

Prihodi od usluga najma priznaju se u razdoblju u kojem su usluge pružene, korištenjem pravocrtne metode tijekom razdoblja ugovora s najmoprimcima te se iskazuju u računu dobiti i gubitka, u sklopu ostalih poslovnih prihoda.

## **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

### **2.19 Raspodjela dividendi**

Raspodjela dividendi dioničarima Društva priznaje se kao obveza u konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe u razdoblju u kojem su dividende odobrene od strane Glavne skupštine Društva.

### **2.20 Porez na dodanu vrijednosti**

Porezne uprave zahtijevaju podmirenje PDV-a na neto osnovi. PDV koji proizlazi iz transakcija prodaje i kupnje priznaje se i iskazuje u bilanci na neto osnovi. U slučaju umanjenja potraživanja za ispravak vrijednosti, gubitak od umanjenja iskazuje se u bruto iznosu potraživanja, uključujući PDV.

### **2.21 Dugotrajna imovina namijenjena prodaji**

Dugotrajna imovina se klasificira kao namijenjena prodaji kada se njezina knjigovodstvena vrijednost može nadoknaditi prvenstveno prodajom i kada se prodaja smatra vrlo vjerojatnom. Iskazuje se po knjigovodstvenoj vrijednosti ili fer vrijednosti umanjenoj za troškove prodaje, ovisno o tome koja je niža, dok se trošak amortizacije ne priznaje u račun dobiti i gubitka.

### **2.22 Derivativni financijski instrumenti i aktivnosti zaštite**

Derivativi se inicijalno priznaju po fer vrijednosti na dan zaključivanja ugovora o derivatima, a nakon toga se mjere po fer vrijednosti. Metoda priznavanja dobiti ili gubitka koja rezultira iz vrednovanja ovisi o tome da li je derivat označen kao instrument zaštite od rizika i, ukoliko jest, o prirodi stavke koja je zaštićena.

Grupa koristi derivate kao zaštitu od posebnog rizika koji se odnosi na priznato sredstvo ili obvezu, odnosno na vrlo vjerojatne predviđene transakcije (zaštita rizika novčanog toka).

Na početku transakcije, Grupa dokumentira odnos između instrumenata zaštite i zaštićenih stavki, kao i ciljeve upravljanja rizikom i strategiju poduzimanja različitih transakcija zaštite. Grupa također dokumentira, kako na početku tako i tijekom trajanja zaštite od rizika i svoju procjenu da li su derivati koji se koriste u transakcijama zaštite izrazito efektivni kod kompenziranja promjena u novčanim tokovima zaštićenih stavki.

Fer vrijednosti derivata korištenih za zaštitu rizika novčanog toka objavljena je u bilješci 16. Promjene u pričuvama za zaštitu od rizika prikazane su u bilješci 22.

Efektivan dio promjena u fer vrijednosti derivata koji su označeni kao, i ispunjavaju uvjet da budu zaštita od rizika novčanog toka priznaju se u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti (OSD). Dobit ili gubitak koji se odnosi na neefektivan dio promjena odmah se priznaje u računu dobiti i gubitka, u sklopu pozicije „Ostali dobiti/(gubici) – neto“. Iznosi akumulirani u kapitalu se reklasificiraju iz OSD u račun dobiti i gubitka u razdobljima kada zaštićena stavka utječe na dobit ili gubitak. Dobit odnosno gubitak koji se odnosi na efektivni dio swap-a kamatnih stopa kojima se vrši zaštita varijabilne kamatne stope na obveze po primljenim kreditima priznaje se u računu dobiti i gubitka u okviru pozicije 'Rashodi od financiranja - neto'. Dobitak odnosno gubitak koji se odnosi na neefektivni dio priznaje se u računu dobiti i gubitka u sklopu pozicije „Ostali dobiti/(gubici) – neto“.

Kada instrument zaštite istekne ili bude prodan, ili kada zaštita više ne zadovoljava kriterije računovodstva zaštite, svaka kumulativna dobit ili gubitak koji u tom trenutku postoji u kapitalu ostaje u kapitalu i reklasificira se iz OSD u račun dobiti i gubitka u trenutku kada je predviđena buduća transakcija priznata u računu dobiti i gubitka. Kada se više ne očekuje da će doći do prognozirane transakcije, kumulativna dobit ili gubitak koji je prikazan u kapitalu odmah se prenosi u račun dobiti i gubitka u sklopu pozicije „Ostali dobiti/(gubici) – neto“.

## BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

### 2.23 Obveze prema dobavljačima

Obveze prema dobavljačima su obveze plaćanja dobavljaču za preuzetu robu ili primljene usluge tijekom redovnog poslovanja. Obveze prema dobavljačima se klasificiraju kao tekuće ukoliko dospijevaju na plaćanje u roku do jedne godine, odnosno u okviru redovnog ciklusa poslovanja ukoliko je duži. U suprotnom, obveze se klasificiraju kao dugoročne. Obveze prema dobavljačima se inicijalno priznaju po fer vrijednosti, a naknadno se mjere prema amortiziranom trošku koristeći metodu efektivne kamatne stope.

### 2.24 Ulaganja u nekretnine

Ulaganja u nekretnine iskazana su u bilanci po povijesnom trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti. Ulaganja u nekretnine se ukidaju bilo u slučaju prodaje bilo u slučaju povlačenja iz uporabe, kada se nikakve buduće ekonomske koristi više ne očekuju od prodaje ove imovine. Transferi sa i na ulaganja u nekretnine rade se samo onda kada se mijenja namjena imovine. Knjigovodstvena vrijednost ulaganja u nekretnine približno odgovara fer vrijednosti iste. Ulaganja u nekretnine drže se s namjenom dugoročnog iznajmljivanja te se ne koriste od strane Grupe.

### 2.25 Dobit iz poslovanja

Dobit iz poslovanja uključuje razliku između poslovnih prihoda (prihoda od prodaje proizvoda, trgovačke robe i usluga, prihoda od kamata i ostalih prihoda) i poslovnih rashoda koji uključuju sve troškove osim financijskih rashoda i poreza.

### 2.26 Usporedni podaci

Kako bi se osigurala usporedivost podataka, poslovni rezultati segmenata za 2019. godinu prepravljeni su u skladu s logikom izvještavanja u 2020. godini pa su tako rezultati segmenta BU Donat izdvojeni iz rezultata SBU Pića te su rezultati segmenta Globalno upravljanje mrežom distributera iskazani u sklopu pozicije „Ostali segmenti“. Utjecaj navedenih promjena na usporednim podacima za 2019. godinu je kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Prihodi od prodaje</b>	<b>Dobit iz poslovanja</b>	<b>Goodwill</b>	<b>Brendovi</b>
PP Donat	191.198	78.329	79.476	46.553
SPP Pića	(191.198)	(78.329)	(79.476)	(46.553)
SPP Pharma	(11.047)	(25.891)	-	-
Globalno upravljanje mrežom distributera	(378.478)	(13.301)	-	-
Ostali segmenti	331.066	39.192	-	-
Usklada	58.459	-	-	-

### BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM

#### 3.1 Čimbenici financijskog rizika

Poslovne aktivnosti Grupe izlažu je različitim vrstama financijskih rizika koje uključuju: tržišni rizik (uključujući valutni rizik, rizik fer vrijednosti kamatne stope, kamatni rizik novčanog toka te cjenovni rizik), kreditni rizik i rizik likvidnosti. Program upravljanja rizicima Grupe fokusira se na nepredvidljivosti financijskog tržišta te je usmjeren na minimiziranje potencijalnog negativnog odražavanja istog na poslovanje Grupe. Grupa koristi derivativne financijske instrumente kao instrumente zaštite od određenih financijskih rizika.

(a) *Tržišni rizik*

(i) *Valutni rizik*

Grupa djeluje na međunarodnoj razini i izložena je valutnom riziku koji proizlazi iz raznih promjena tečajeva stranih valuta vezanih uglavnom uz EUR, srpski dinar (RSD), rusku rublju (RUB) i u manjoj mjeri američki dolar (USD). Promjena tečaja srpskog dinara u odnosu na EUR u 2020. godini nije imala značajan utjecaj na rezultat Grupe (2019.: pozitivan utjecaj od 2.340 tisuća kuna). Deprecijacija ruske rublje u 2020. godini u odnosu na EUR rezultirala je gubitkom od tečajnih razlika u iznosu od 1.327 tisuća kuna (u 2019. godini nije bilo izravnog utjecaja na rezultat Grupe).

Promjene tečajeva između gore navedenih valuta i hrvatske kune (HRK) mogu imati utjecaj na rezultate budućih operacija i budućeg novčanog tijeka Grupe. Iznosi u tablici u nastavku predstavljaju iznose u kunama denominirane u ovim valutama na datum bilance za glavne bilančne monetarne stavke.

#### 31. prosinca 2020.

(u tisućama kuna)

	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	337.360	331.227	1.403	17.668
Novac i novčani ekvivalenti	87.482	11.297	112	1.348
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(388.793)	(151.887)	(11.306)	(9.279)
Obveze po primljenim kreditima	(152.392)	(153.840)	(1.442)	-
Obveze po najmovima	(331.564)	(1.515)	-	-
<b>Neto izloženost bilance</b>	<b>(447.907)</b>	<b>35.282</b>	<b>(11.233)</b>	<b>9.737</b>

#### 31. prosinca 2019.

(u tisućama kuna)

	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	306.638	345.255	3.146	19.214
Novac i novčani ekvivalenti	103.028	48.815	3.148	1.345
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(336.968)	(171.963)	(21.687)	(8.067)
Obveze po primljenim kreditima	(562.900)	-	(1.559)	-
Obveze po najmovima	(360.257)	(1.675)	-	-
<b>Neto izloženost bilance</b>	<b>(850.459)</b>	<b>220.432</b>	<b>(16.952)</b>	<b>12.492</b>

Budući da Grupa također ima ovisna društva izvan Hrvatske, vrijednost dioničke glavnice izložena je promjeni tečaja. Promjene dioničke glavnice uzrokovane promjenom tečaja iskazane su kao tečajne razlike u konsolidiranom izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti.

### **BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)**

#### **3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)**

##### *(a) Tržišni rizik (nastavak)*

##### *(i) Valutni rizik (nastavak)*

U slučaju jačanja EUR-a za 1% u odnosu na kunu i srpski dinar, pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni, dobit nakon poreza bila bi 3.772 tisuće kuna veća (2019.: 641 tisuću kuna manja), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 28.309 tisuća kuna veća (2019.: 11.386 tisuća kuna veća), kao rezultat tečajnih razlika proizašlih iz konsolidacije ovisnih društava čija je funkcionalna valuta EUR.

Ukoliko bi srpski dinar ojačao za 1% u odnosu na kunu, dobit nakon poreza bila bi 1.406 tisuća kuna veća (2019.: 195 tisuća kuna manja), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 26.812 tisuća kuna veća (2019.: 10.022 tisuća kuna veća), pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni.

Ukoliko bi ruska rublja ojačala za 1% u odnosu na kunu, dobit nakon poreza bila bi 721 tisuću kuna veća (2019.: 142 tisuće kuna veća), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 16.403 tisuće kuna veća (2019.: 122 tisuće kuna veća), pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni.

##### *(ii) Rizik ulaganja u vrijednosne papire*

Grupa je izložena riziku ulaganja u vrijednosne papire kroz rizike fer vrijednosti i cjenovni rizik jer su ulaganja Grupe klasificirana u konsolidiranoj bilanci po fer vrijednosti kroz OSD. Ulaganja u vrijednosne papire klasificirana kao raspoloživa za prodaju ne kotiraju na burzi. Kako bi upravljala rizicima koji proizlaze iz njihove fer vrijednosti i promjene cijena, Grupa prati tržišne transakcije i rezultate subjekta ulaganja.

Ne postoje pouzdane vanjske informacije u pogledu fer vrijednosti. Temeljem internih informacija, Uprava smatra da je fer vrijednost jednaka ili viša od knjigovodstvene vrijednosti. Međutim, zbog ograničenosti dostupnih informacija, Uprava nije izvršila analizu osjetljivosti. Na dan 31. prosinca 2020. godine, ukoliko bi se fer vrijednost financijske imovine kroz OSD promijenila, pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni, ostala sveobuhvatna dobit i revalorizacijske rezerve promijenili bi se za isti iznos.

##### *(iii) Kamatni rizik novčanog toka i rizik fer vrijednosti kamatne stope*

Budući da Grupa nema značajnu imovinu koja ostvaruje prihod od kamata, prihodi Grupe i novčani tok iz poslovnih aktivnosti nisu u značajnoj mjeri ovisni o promjenama tržišnih kamatnih stopa.

Kamatni rizik Grupe proizlazi iz dugoročnih kredita i izdanih obveznica. Krediti odobreni po promjenjivim stopama izlažu Grupu riziku novčanog toka, što je djelomično pokriveno novčanim sredstvima uloženim po promjenjivim stopama. Krediti odobreni po fiksnim stopama izlažu Grupu riziku fer vrijednosti kamatne stope bez obzira što se primljeni krediti ne iskazuju po fer vrijednosti.

Grupa kontinuirano prati promjene kamatnih stopa. Simuliraju se različite situacije uzimajući u obzir refinanciranje, obnavljanje sadašnjeg stanja kao i alternativno financiranje. Na osnovu ovih situacija, Grupa izračunava utjecaj promjene kamatne stope na račun dobiti i gubitka. U odnosu na iskazano stanje na dan 31. prosinca 2020. godine, kada bi se efektivna kamatna stopa na primljene kredite povećala/smanjila za 100 baznih bodova na godišnjoj razini (2019.: 100 baznih bodova), dobit nakon poreza bila bi za 4.182 tisuće kuna manja/veća (2019.: 5.935 tisuća kuna manja/veća), uglavnom kao rezultat većeg/manjeg troška od kamata.

### **BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)**

#### **3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)**

##### *(b) Kreditni rizik*

Imovina Grupe koja nosi kreditni rizik sastoji se uglavnom od novčanih sredstava, depozita, potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja. Prodajne politike Grupe osiguravaju da se prodaja obavlja kupcima koji imaju odgovarajuću kreditnu povijest, i to u okvirima unaprijed određenih kreditnih ograničenja. Kreditni rizik Grupe je manji zbog raspodjele potraživanja na veće grupe kupaca. Dodatno, ključni kupci Grupe su veliki trgovački lanci, i ovisnost o ovim kupcima je smanjena razvijanjem drugih kanala distribucije. Grupa smanjuje kreditni rizik provođenjem strogih mjera kontrole naplate i isporuke robe kao i pribavljanjem instrumenata osiguranja dužnika (zadužnice i mjenice). U izvještajnom razdoblju nije bilo prekoračenja kreditnih limita i Uprava ne očekuje gubitke od neizvršavanja obveza drugih strana. Detaljna analiza i maksimalna izloženost kreditnom riziku iskazana je u bilješkama 16 i 18.

##### *(c) Rizik likvidnosti*

Razborito upravljanje rizikom likvidnosti podrazumijeva održavanje dostatne količine novca, osiguravanje raspoloživosti financijskih sredstava adekvatnim iznosom ugovorenih kreditnih linija i sposobnost podmirenja svih obveza. Cilj Grupe je održavanje fleksibilnosti financiranja na način da ugovorene kreditne linije budu dostupne.

Projekcija novčanog toka radi se na nivou operativnih društava te se agregira na razini Grupe. Grupa kontinuirano prati likvidnost kako bi osigurala dovoljno novčanih sredstava za potrebe poslovanja uz održavanje dovoljno prostora za korištenje neiskorištenih kreditnih linija kada je to potrebno. Ovakvo projiciranje uzima u obzir planove Grupe u pogledu podmirivanja dugova, usklađivanje s ugovorom zadanim odnosima te interno zadanim odnosima u bilanci.

Višak gotovine iznad nivoa potrebnog za upravljanje radnim kapitalom polaže se na kamatonosne tekuće račune, oročene depozite ili u novčane fondove, uz odabir instrumenata s odgovarajućim rokom dospijea ili onih koji osiguravaju dovoljnu likvidnost.

Na dan 31. prosinca 2020. godine Grupa je imala 426.513 tisuća kuna novca i novčanih ekvivalenata (2019.: 384.526 tisuća kuna) te 22 tisuće kuna oročenih kratkoročnih depozita (2019.: 30 tisuća kuna) za koje se očekuje da će brzo generirati priljev gotovine za potrebe upravljanja rizikom likvidnosti.

Obveze prema dobavljačima i ostale obveze, kao i obveze po kratkoročnim kreditima dospijevaju do 12 mjeseci poslije datuma bilance, dok je dospijea dugoročnih kredita prikazano u bilješci 24.

### BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

#### 3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)

##### (c) Rizik likvidnosti (nastavak)

Tablica u nastavku analizira financijske obveze Grupe sukladno ugovorenim dospjećima. Navedeni iznosi predstavljaju ugovorene nediskontirane novčane tokove.

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Manje od 1 godine</b>	<b>Između 1- 5 godina</b>	<b>Više od 5 godina</b>	<b>Ukupno</b>
<b>31. prosinca 2020.</b>				
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	914.582	-	-	914.582
Obveze po kreditima	513.861	310.500	-	824.361
Obveze po najmovima	103.118	213.341	109.687	426.146
<i>(u tisućama kuna)</i>				
<b>31. prosinca 2019.</b>				
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	912.099	-	-	912.099
Obveze po kreditima	531.790	423.808	-	955.598
Obveze po najmovima	92.316	211.518	126.432	430.266

#### 3.2 Promjene u obvezama proizašle iz financijskih aktivnosti

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Kratkoroč. kredit</b>	<b>Dugoroč. kredit</b>	<b>Obveze po najmovima- kratkoročne</b>	<b>Obveze po najmovima- dugoročne</b>	<b>Ukupne obveze</b>
<b>1. siječnja 2020.</b>	<b>517.337</b>	<b>412.550</b>	<b>80.032</b>	<b>295.526</b>	<b>1.305.445</b>
Novčani tok	(234.929)	96.229	(86.999)	-	(225.699)
Povećanja, modifikacije i prestanak najmova	-	-	9.834	44.682	54.516
Amortizacija naknade	-	154	-	-	154
Tekući dio	212.069	(212.069)	80.805	(80.805)	-
Tečajne razlike	17.856	111	1.152	4.076	23.195
Ostalo	(637)	2.553	-	-	1.916
<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>511.696</b>	<b>299.528</b>	<b>84.824</b>	<b>263.479</b>	<b>1.159.527</b>

Linija „Ostalo“ uključuje učinak povećanja rezerviranja, kao odraz protoka vremena te utjecaj prodaje podružnica. Plaćene kamate su iskazane unutar novčanog toka iz poslovnih aktivnosti.

#### 3.3 Upravljanje kapitalom

Ciljevi Grupe prilikom upravljanja kapitalom su očuvanje sposobnosti Grupe da nastavi poslovanje pod pretpostavkom vremenske neograničenosti kako bi omogućila povrat ulaganja dioničarima i koristi ostalim zainteresiranim stranama te da održi optimalnu strukturu kapitala kako bi umanjila trošak kapitala.

Grupa nadzire kapital kroz praćenje pokazatelja zaduženosti. Ovaj pokazatelj računa se kao omjer neto duga i ukupnog kapitala i neto duga. U kalkulaciju neto duga ulaze ukupni primljeni krediti (dugoročni i kratkoročni krediti iskazani u konsolidiranoj bilanci) uvećani za obveze po najmovima, derivativne financijske instrumente i umanjeni za novac i novčane ekvivalente. Ukupni kapital i neto dug izračunat je na način da se kapitalu i rezervama iskazanim u konsolidiranoj bilanci dodaje neto dug.

### BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINANCIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

#### 3.3 Upravljanje kapitalom (nastavak)

Pokazatelji zaduženosti su kako slijedi:

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Ukupno primljeni krediti (bilješka 24)	811.224	929.887
Obveze po najmovima (bilješka 13a)	348.303	375.558
Derivativni financijski instrumenti (bilješka 16)	7.132	1.778
Umanjeno za: Novac i novčani ekvivalenti (bilješka 20)	<u>(426.513)</u>	<u>(384.526)</u>
Neto dug	740.146	922.697
Kapital i rezerve	<u>2.947.985</u>	<u>2.669.801</u>
<b>Ukupni kapital i neto dug</b>	<b><u>3.688.131</u></b>	<b><u>3.592.498</u></b>
<b>Pokazatelj zaduženosti</b>	<b>20%</b>	<b>26%</b>

Kako bi održala ili uskladila strukturu kapitala, Grupa može mijenjati iznos dividendi koje se isplaćuju dioničarima, izvršiti povrat kapitala dioničarima, izdati nove dionice ili prodati imovinu kako bi smanjila zaduženost.

#### 3.4 Procjena fer vrijednosti

Svi financijski instrumenti koji se u bilanci mjere ili prikazuju po fer vrijednosti, kategoriziraju se u skladu s dolje prikazanom hijerarhijom, na temelju najnižeg inputa koji je značajan za utvrđivanje njihove fer vrijednosti:

- Razina 1 - kotirane cijene (nekorrigirane) na aktivnim tržištima za identičnu imovinu ili obveze.
- Razina 2 - inputi koji ne predstavljaju kotirane cijene uključene u razinu 1, a radi se o vidljivim inputima za imovinu ili obvezu, bilo izravno (tj. kao cijene) ili neizravno (tj. izvedeni iz cijena).
- Razina 3 - inputi za imovinu ili obvezu koji se ne temelje na vidljivim tržišnim podacima (tj. nevidljivi inputi).

Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se trguje na aktivnim tržištima temelji se na kotiranim tržišnim cijenama na dan bilance. Tržište se smatra aktivnim ako su kotirane cijene poznate temeljem burze, aktivnosti brokera, industrijske skupine ili regulatorne agencije, a te cijene predstavljaju stvarne i redovite tržišne transakcije prema uobičajenim trgovačkim uvjetima.

Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se ne trguje na aktivnom tržištu (na primjer, OTC derivativi) utvrđuje se korištenjem tehnika procjene. Te tehnike procjene zahtijevaju maksimalno korištenje vidljivih tržišnih podataka gdje je to moguće, a oslanjaju se što je manje moguće na procjene specifične za pojedini subjekt. Ukoliko su svi značajni inputi potrebni za fer vrednovanje instrumenta vidljivi, instrument se uključuje u razinu 2. Ako se jedan ili više značajnih inputa ne temelji na vidljivim tržišnim podacima, instrument se uključuje u razinu 3.



### BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

#### 3.4 Procjena fer vrijednosti (nastavak)

Specifične tehnike procjene koje se koriste za vrednovanje financijskih instrumenata uključuju:

- Kotirane tržišne cijene ili kotacije brokera za slične instrumente.
- Fer vrijednost kamatnih swapova izračunava se kao sadašnja vrijednost procijenjenih budućih novčanih tokova na temelju vidljivih krivulja prinosa.
- Fer vrijednost deviznih terminskih ugovora utvrđuje se korištenjem forward tečaja na datum bilance, a vrijednost dobivena kao rezultat diskontira se do sadašnje vrijednosti.
- Ostale tehnike, kao što je analiza diskontiranog novčanog toka, koriste se za utvrđivanje fer vrijednosti preostalih financijskih instrumenata.

Fer vrijednost derivativnih financijskih instrumenata i financijskih instrumenata raspoloživih za prodaju određuje se specifičnim tehnikama vrednovanja, pa su isti uključeni u razinu 2.

### BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE

Grupa izrađuje procjene i stvara pretpostavke vezane za budućnost. Proizašle računovodstvene procjene su, po definiciji, u rijetkim slučajevima izjednačene sa stvarnim rezultatima. U nastavku se navode procjene i pretpostavke koje bi mogle uzrokovati značajan rizik usklađivanja knjigovodstvenih iznosa imovine i obveza u sljedećoj financijskoj godini.

#### (a) Očekivani vijek uporabe brendova

Očekivani vijek uporabe brendova smatra se neograničenim, osim ako postoje okolnosti koje bi ukazivale na to da bi vijek trebao biti ograničen na određeni period. Grupa razmatra takve pokazatelje na kraju svakog izvještajnog razdoblja.

#### (b) Testiranje na umanjnje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe

Grupa provodi redovne provjere goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe zbog umanjnja vrijednosti, sukladno politici iskazanoj u bilješci 2.7. Nematerijalna imovina s neograničenim vijekom upotrebe se testira zbog umanjnja vrijednosti na pojedinačnoj osnovi, dok se goodwill testira unutar operativnog segmenta na koji je alociran.

Goodwill i nematerijalna imovina s neograničenim vijekom uporabe alocirani su na jedinice stvaranja novca unutar poslovnih segmenata kako slijedi:

#### (i) Licence

Poslovni segment	31. prosinca 2020.	31. prosinca 2019.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Zdravlje i njega	171.059	171.059
	<b>171.059</b>	<b>171.059</b>

**BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)**

(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)

(ii) **Brendovi**

<b>Poslovni segment</b> (u tisućama kuna)	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
SPP Delikatesni namazi	242.131	239.101
SPP Slatko i slano	120.237	138.390
SPP Kava	102.570	101.286
PP Donat	47.143	46.553
Dječja hrana	7.537	8.487
	<b>519.618</b>	<b>533.817</b>

(iii) **Goodwill**

<b>Poslovni segment</b> (u tisućama kuna)	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
SPP Slatko i slano	220.887	218.087
SPP Zdravlje i njega	168.183	168.183
SPP Delikatesni namazi	126.564	125.010
PP Donat	80.483	79.476
SPP Kava	63.988	63.180
SDP Hrvatska*	57.675	37.005
SDP Srbija	51.960	51.320
SDP Slovenija	26.584	26.257
DP Makedonija	6.042	5.967
SPP Pića	2.621	2.621
	<b>804.987</b>	<b>777.106</b>

\*Uključuje i privremeno utvrđeni goodwill po stjecanju društva Procaffe d.o.o. u iznosu od 20.199 tisuća kuna (bilješka 28).

Nadoknativa vrijednost jedinica stvaranja novca određena je izračunima vrijednosti u uporabi koji su bazirani na projekcijama novčanog toka temeljenim na financijskim projekcijama koje je odobrila Uprava te koji pokrivaju sedmogodišnje razdoblje.

#### BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)

(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)

Kalkulacije vrijednosti u upotrebi za goodwill baziraju se na sljedećim pretpostavkama diskontne stope nakon poreza:

Poslovni segment	2020.	2019.
PP Donat	7,5%	6,7%
SPP Kava	8,2%	7,3%
SPP Slatko i slano	9,2%	7,8%
SPP Delikatesni namazi	7,3%	6,9%
SPP Zdravlje i njega	6,0%	6,5%
Dječja hrana	-	7,0%
SDP Hrvatska	6,4%	4,3%
SDP Srbija	9,1%	5,7%
SDP Slovenija	5,2%	4,3%
DP Makedonija	9,1%	6,0%

Pretpostavka o stopi rasta temeljena je na povijesnim podacima i očekivanjima Uprave o razvoju tržišta. Terminalna stopa rasta iznosi 2,0% za sve poslovne segmente (osim za SBU Kavu za koju iznosi 1,0%) i individualne testove umanjenja imovine te se bazira na očekivanjima Uprave o razvoju tržišta (2019: 2,0%). Diskontne stope nakon poreza u 2020. godini su uglavnom više u odnosu na 2019. godinu među segmentima temeljem povećanja premija rizika za ulaganje (eng. ERP – equity risk premium) po svim tržištima kao posljedica pandemije.

#### BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)

##### *(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)*

Pretpostavka o stopi rojaliteta koja se koristi za testiranje na umanjenje vrijednosti brendova je kako slijedi:

	2020.	2019.
Barcaffè	5,0%	5,0%
Najlepše želje	6,0%	6,0%
Bananica	5,0%	5,0%
Smoki	7,0%	7,0%
Argeta	8,0%	8,0%
Donat	8,0%	8,0%
Bebi	-	3,0%

Testiranjem na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na datum bilance priznato je umanjenje vrijednosti brendova s neograničenim vijekom uporabe u iznosu od 20.961 tisuća kuna (2019.: 19.677 tisuća kuna) te je u 2019. godini priznato i umanjenje vrijednosti goodwilla u iznosu od 6.215 tisuća kuna (bilješka 15).

Razumno očekivana promjena bilo koje od ključnih pretpostavki korištenih kod testa umanjenja vrijednosti, promatrajući ih odvojeno bez promjene ostalih pretpostavki može dovesti do dodatnog umanjenja vrijednosti.

Analiza osjetljivosti ključnih pretpostavki korištenih prilikom testiranja umanjenja vrijednosti brendova pokazuje kako bi povećanje diskontne stope za 100 baznih poena uz ostale pretpostavke nepromijenjene dovelo do dodatnog umanjenja vrijednosti brendova u visini od 15.845 tisuća kuna. Istovremeno, ukoliko bi se terminalna stopa rasta smanjila za 100 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene, umanjenje vrijednosti brendova bilo bi za 11.146 tisuća kuna veće dok bi smanjenje stope rojaliteta za 50 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene impliciralo dodatno umanjenje vrijednosti brendova za 49.380 tisuća kuna.

Analiza osjetljivosti ključnih pretpostavki korištenih prilikom testiranja umanjenja vrijednosti goodwilla i licenci pokazuje kako povećanje diskontne stope za 100 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene ne bi dovelo do umanjenja vrijednosti goodwilla i licenci. Također, vrijednost goodwilla i licenci bi ostala nepromijenjena i uz smanjenje terminalne stope rasta za 100 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene, kao i uz smanjenje očekivanog slobodnog novčanog toka za 500 baznih poena, uz ostale pretpostavke nepromijenjene.

##### *(c) Priznavanje odgođene porezne imovine*

Odgođena porezna imovina predstavlja iznose poreza na dobit koji su nadoknadivi na temelju budućih odbitaka oporezive dobiti te se iskazuje u bilanci. Odgođena porezna imovina priznaje se do visine poreznih prihoda za koje je vjerojatno da će biti ostvareni. Prilikom utvrđivanja buduće oporezive dobiti i iznosa poreznih prihoda za koje je vjerojatno da će biti ostvareni u budućnosti, Uprava donosi prosudbe i izrađuje procjene na temelju oporezive dobiti iz prethodnih godina i očekivanja budućih prihoda za koje se smatra da su razumni u postojećim okolnostima (bilješka 25).

## BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz pet strateških poslovnih područja i poslovnog područja Donat koje je od 1. siječnja 2020. godine izdvojeno iz strateškog poslovnog područja Pića.

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.



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.

Zbog činjenice da DP Makedonija, DP Rusija, DP Austrija, Globalno upravljanje mrežom distributera te SPP Sportska i aktivna prehrana ne prelaze prag materijalnosti koji zahtijeva MSFI 8 za izvještajne segmente, oni se iskazuju unutar pozicije „Ostali segmenti“. SPP Sportska i aktivna prehrana je u potpunosti dezinvestirano početkom travnja 2019. 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 službe podrške u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji) te su isključena iz izvještavanih operativnih segmenata.

Strateško poslovno vijeće prati poslovne rezultate segmenata zasebno u svrhu donošenja odluka o alokaciji resursa i ocjeni poslovanja. Ocjenjivanje uspjeha operativnih segmenata temeljeno je na EBITDA (dobit prije kamata, poreza, amortizacije i umanjenja vrijednosti) te dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani na operativne segmente.

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 duplo prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda eliminira se u liniji „Usklada.“

**BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

<b>Prihodi od prodaje*</b> <i>(u tisućama kuna)</i>	<b>2020.</b>	<b>2019.</b>
SPP Kava	1.106.940	1.135.957
SPP Delikatesni namazi	836.088	726.619
SPP Slatko i slano	644.251	674.624
SPP Pharma	539.786	643.933
SPP Pića	481.671	556.914
PP Donat	196.302	191.198
SDP Hrvatska	1.250.286	1.368.717
SDP Srbija	1.231.482	1.263.857
SDP Slovenija	981.260	941.614
Ostali segmenti	786.864	732.363
Usklada	(2.802.901)	(2.804.064)
<b>Ukupno</b>	<b>5.252.029</b>	<b>5.431.732</b>

<b>Poslovni rezultati</b> <i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Za godinu završenu 31. prosinca 2020.</b>		
	<b>Dobit iz poslovanja prije amortizacije i umanjenja vrijednosti</b>	<b>Amortizacija i umanjenje vrijednosti</b>	<b>Dobit iz poslovanja</b>
SPP Kava	284.323	36.152	248.171
SPP Delikatesni namazi	191.335	18.165	173.170
SPP Slatko i slano	114.891	40.612	74.279
PP Donat	90.028	4.777	85.251
SPP Pića	86.960	30.671	56.289
SPP Pharma	29.423	24.933	4.490
SDP Slovenija	62.528	8.206	54.322
SDP Hrvatska	48.624	36.509	12.115
SDP Srbija	34.103	22.278	11.825
Ostali segmenti	(225.716)	52.012	(277.728)
<b>Ukupno</b>	<b>716.499</b>	<b>274.315</b>	<b>442.184</b>

\*Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2020. godinu

**BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

Poslovni rezultati*	Za godinu završenu 31. prosinca 2019.		
	Dobit iz poslovanja prije amortizacije i umanjenja vrijednosti	Amortizacija i umanjenje vrijednosti	Dobit iz poslovanja
<i>(u tisućama kuna)</i>			
SPP Kava	266.586	32.935	233.651
SPP Delikatesni namazi	149.543	22.134	127.409
SPP Slatko i slano	126.043	17.421	108.622
PP Donat	89.058	10.729	78.329
SPP Pića	88.179	31.531	56.648
SPP Pharma	58.208	52.631	5.577
SDP Hrvatska	62.111	36.374	25.737
SDP Slovenija	60.022	8.287	51.735
SDP Srbija	41.244	18.702	22.542
Ostali segmenti	(162.255)	47.562	(209.817)
<b>Ukupno</b>	<b>778.739</b>	<b>278.306</b>	<b>500.433</b>

**Izveštavanje po zemljopisnim segmentima**

Ukupna dugotrajna imovina, isključujući financijske instrumente, odgođenu poreznu imovinu te potraživanja od kupaca i ostala potraživanja alocirana je kako slijedi:

	2020.	2019.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Srbija	1.015.005	1.010.984
Hrvatska	970.484	922.560
Slovenija	928.050	914.399
Ostala tržišta	152.979	155.206
<b>Ukupno dugotrajna imovina po zemljopisnim segmentima</b>	<b>3.066.518</b>	<b>3.003.149</b>

\*Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2020. godinu

**BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

Prihodi od prodaje po tržištima	2020.		2019.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
Hrvatska	1.724.168	32,8	1.885.169	34,7
Srbija	1.248.766	23,8	1.291.292	23,8
Slovenija	982.100	18,7	943.140	17,4
Bosna i Hercegovina	388.246	7,4	430.294	7,9
Ostala tržišta regije*	418.889	8,0	419.341	7,7
Ključna europska tržišta**	251.759	4,8	220.530	4,1
Rusija i ZND zemlje	139.248	2,7	156.468	2,9
Ostala tržišta	98.853	1,8	85.498	1,5
<b>Ukupan prihod od prodaje po tržištima</b>	<b>5.252.029</b>	<b>100,0</b>	<b>5.431.732</b>	<b>100,0</b>

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

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

Prihod zemljopisnog segmenta ovisi o zemljopisnom položaju kupaca.

Analiza prihoda po kategorijama	2020.		2019.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
<b>Prihodi od prodaje po vrstama proizvoda</b>				
Vlastiti brendovi	3.332.885	62,6	3.367.885	61,2
Principalski brendovi	1.445.153	27,1	1.610.334	29,2
Farmacia	473.991	8,9	453.513	8,2
<b>Ukupno prihodi od prodaje po vrstama proizvoda</b>	<b>5.252.029</b>	<b>98,6</b>	<b>5.431.732</b>	<b>98,6</b>
Ostali prihodi /i/	76.645	1,4	74.672	1,4
<b>Ukupno prihodi</b>	<b>5.328.674</b>	<b>100,0</b>	<b>5.506.404</b>	<b>100,0</b>

/i/ Ostali prihodi se uglavnom sastoje od prihoda od kamata, prihoda od najma te prihoda od ukidanja neiskorištenih rezervacija.



#### BILJEŠKA 6 – TROŠKOVI RADNIKA

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Bruto plaće /i/	739.686	740.778
Naknade za prijevoz	17.238	18.624
Otpremnine	1.534	4.449
Božićne i uskrсне naknade i regresi	39.512	45.274
Ostale naknade zaposlenima /ii/	57.661	71.347
	<u><b>855.631</b></u>	<u><b>880.472</b></u>

U 2020. godini u Grupi je bilo zaposleno prosječno 5.409 radnika (2019.: 5.557).

/i/ Doprinosi za mirovine koje je Grupa obračunala za uplatu obveznim mirovinskim fondovima za 2020. godinu iznose 139.084 tisuća kuna (2019.: 134.062 tisuće kuna).

/ii/ Ostale naknade zaposlenima uključuju bonuse, troškove stručnog usavršavanja, naknade za neiskorištene dane godišnjeg odmora i jubilarne nagrade.

#### BILJEŠKA 7 – TROŠKOVI MARKETINGA I UNAPREĐENJA PRODAJE

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje – vanjski	247.863	279.230
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje – povezane stranke (bilješka 30)	3.065	4.258
Sponzorstva i donacije – vanjski	16.185	37.974
	<u><b>267.113</b></u>	<u><b>321.462</b></u>

**BILJEŠKA 8 – OSTALI TROŠKOVI POSLOVANJA**

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Prijevozni troškovi	131.702	146.556
Troškovi održavanja	115.626	108.995
Neproizvodni materijal	35.934	29.362
Zakupnine (bilješka 13a)	28.454	26.812
Donacije – Covid 19	25.429	-
Vrijednosno usklađenje zaliha (bilješka 19)	23.955	25.095
Porezi i doprinosi koji ne ovise o poslovnom rezultatu	21.868	25.715
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca (bilješka 18)	20.862	5.382
Intelektualne usluge	17.577	18.256
Gorivo	14.031	19.621
Telekomunikacijske usluge	10.283	10.967
Neproizvodne usluge	9.572	16.537
Troškovi reprezentacije	8.335	23.012
Proizvodne usluge	7.989	6.919
Bankarski troškovi	7.835	8.433
Troškovi službenog puta i dnevnice	5.029	15.348
Naknade Nadzornom odboru	1.496	1.174
Ispravak vrijednosti ostalih potraživanja (bilješka 18)	412	2.475
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 18)	(10.470)	(2.911)
Ostalo – povezane stranke (bilješka 30)	2.332	2.225
Ostalo	36.933	38.315
	<b><u>515.184</u></b>	<b><u>528.288</u></b>

**BILJEŠKA 9 – OSTALI (GUBICI)/DOBICI – NETO**

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dobitak od prodaje ovisnih društava – neto od transakcijskih troškova	5.178	56.946
(Gubici)/dobici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(4.913)	5.703
(Gubici)/dobici od tečajnih razlika – neto	(3.927)	3.555
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	130	612
Ostali dobiti – neto	550	1.595
	<b><u>(2.982)</u></b>	<b><u>68.411</u></b>

**BILJEŠKA 10 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO**

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Financijski prihodi</b>		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	7.608	5.930
	<u>7.608</u>	<u>5.930</u>
<b>Financijski rashodi</b>		
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	(8.796)	(15.245)
Rashodi od kamata po obvezama po najmovima	(9.315)	(10.201)
Rashodi od kamata po obveznicama	(6.393)	(6.386)
Rashodi od kamata po aktuarskim izračunima	(785)	(682)
Ostali rashodi od kamata /i/	(420)	(2.704)
Rashodi od kamata – ukupno	<u>(25.709)</u>	<u>(35.218)</u>
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	(12.435)	(7.738)
	<u>(38.144)</u>	<u>(42.956)</u>
<b>Rashodi od financiranja – neto</b>	<u><b>(30.536)</b></u>	<u><b>(37.026)</b></u>

/i/ Ostali rashodi od kamata odnose se na kamatu priznatu kao odraz protoka vremena te na zatezne kamate.

**BILJEŠKA 11 – POREZ NA DOBIT**

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Tekući porez na dobit	79.066	79.415
Odgođeni porez (bilješka 25)	(9.688)	(6.375)
	<b>69.378</b>	<b>73.040</b>

Porez obračunat na dobit Grupe prije oporezivanja razlikuje se od izvedenog iznosa koji proizlazi primjenom prosječno ponderirane porezne stope primijenjene na dobit konsolidiranih društava kako slijedi:

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dobit prije poreza</b>	<b>411.648</b>	<b>463.407</b>
Porez na dobit izračunat primjenom zakonske porezne stope na dobit u Republici Hrvatskoj od 18%	74.097	83.413
Porezni učinci:		
Niža porezna stopa u ostalim zemljama	(4.619)	(27.140)
Učinak neoporezivih prihoda	(19.746)	(19.556)
Učinak porezno nepriznatih troškova	19.931	28.465
Učinak priznate porezne olakšice	-	(8.701)
Korištenje prethodno nepriznatih poreznih gubitaka	(2.769)	(11.481)
Porezni gubici za koje nije priznata odgođena porezna imovina	3.002	28.565
Učinak iskorištenih poreznih gubitaka	(518)	(525)
<b>Porezni trošak</b>	<b>69.378</b>	<b>73.040</b>

Efektivna porezna stopa iznosila je 16,9% (2019.: 15,8%). Povećanje u odnosu na prethodnu godinu u najvećoj mjeri proizlazi zbog toga što u ovoj godini nije realizirana porezna olakšica vezana uz kapitalna ulaganja kod društva Atlantic Cedevita d.o.o. te zbog različite razine iskorištenosti poreznih gubitaka.

Kod sljedećih članica Grupe su tijekom 2020. godine bili obavljani porezni nadzori: nadzor prijave poreza na dodanu vrijednost i carina za razdoblje 1.1.2018. - 31.5.2020. kod društva Atlantic Argeta d.o.o., nadzor prijave poreza na dobit za razdoblje 2015. - 2020. kod društva Atlantic Grand d.o.o. Bijeljina, nadzor prijave poreza na dobit iz 2018. godine kod društva Atlantic Štark d.o.o., nadzor prijave poreza na dobit iz 2017. godine i nadzor prijave poreza na dodanu vrijednost za razdoblje 1.1.2017. - 31.12.2017. kod društava Atlantic Grupa d.d. i Atlantic Cedevita d.o.o. Svi nadzori su završeni u 2020. godini. Nadzorom prijave poreza na dobit iz 2017. godine kod društva Atlantic Grupa d.d. je utvrđena dodatna obveza poreza na dobit u iznosu od 139 tisuća kuna.

## BILJEŠKA 12 – ZARADA PO DIONICI

### Osnovna zarada po dionici

Osnovna zarada po dionici izračunava se na način da se neto dobit koja se može pripisati dioničarima Društva podijeli s ponderiranim prosječnim brojem redovnih dionica koje su izdane tijekom godine, koji ne uključuje prosječan broj redovnih dionica koje je Društvo kupilo i koje drži kao vlastite dionice.

	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
Neto dobit dioničarima Društva ( <i>u tisućama kuna</i> )	341.730	388.880
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	3.326.936	3.331.481
Osnovna zarada po dionici ( <i>u kunama</i> )	102,72	116,73

### Razrijeđena zarada po dionici

Razrijeđena zarada po dionici jednaka je osnovnoj zaradi po dionici budući da nije bilo razrijeđenih potencijalno redovnih dionica.

**BILJEŠKA 13 – NEKRETNINE, POSTROJENJA I OPREMA**

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Zemljište</b>	<b>Građevinski objekti</b>	<b>Postrojenja i oprema</b>	<b>Imovina u pripremi</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2018.</b>					
Nabavna vrijednost	96.464	936.444	1.714.996	98.614	2.846.518
Akumulirana amortizacija	-	(545.744)	(1.333.914)	-	(1.879.658)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>96.464</b>	<b>390.700</b>	<b>381.082</b>	<b>98.614</b>	<b>966.860</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2019.</b>					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	96.464	390.700	381.082	98.614	966.860
Povećanja	-	-	-	160.478	160.478
Prijenos u upotrebu	-	24.909	105.832	(130.741)	-
Prijenos sa ulaganja u nekretnine	-	963	-	-	963
Prodaja i rashodovanja	(1.124)	(98)	(1.684)	-	(2.906)
Amortizacija	-	(23.174)	(96.641)	-	(119.815)
Umanjenje vrijednosti	-	(4.917)	(4.232)	(7.475)	(16.624)
Efekt prodaje podružnica	(4.490)	(9.439)	(7.053)	(24)	(21.006)
Tečajne razlike	306	1.639	1.731	289	3.965
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>91.156</b>	<b>380.583</b>	<b>379.035</b>	<b>121.141</b>	<b>971.915</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2019.</b>					
Nabavna vrijednost	91.156	951.594	1.720.444	121.141	2.884.335
Akumulirana amortizacija	-	(571.011)	(1.341.409)	-	(1.912.420)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>91.156</b>	<b>380.583</b>	<b>379.035</b>	<b>121.141</b>	<b>971.915</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2020.</b>					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	91.156	380.583	379.035	121.141	971.915
Povećanja	44.688	-	-	171.425	216.113
Prijenos u upotrebu	-	9.811	120.280	(130.091)	-
Prodaja i rashodovanja	-	-	(697)	-	(697)
Amortizacija	-	(22.119)	(102.528)	-	(124.647)
Umanjenje vrijednosti	-	-	(4.080)	-	(4.080)
Efekt kupnje podružnica	-	-	2.801	-	2.801
Tečajne razlike	953	4.005	3.366	609	8.933
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>136.797</b>	<b>372.280</b>	<b>398.177</b>	<b>163.084</b>	<b>1.070.338</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2020.</b>					
Nabavna vrijednost	136.797	970.038	1.850.685	163.084	3.120.604
Akumulirana amortizacija	-	(597.758)	(1.452.508)	-	(2.050.266)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>136.797</b>	<b>372.280</b>	<b>398.177</b>	<b>163.084</b>	<b>1.070.338</b>

Kao sredstvo osiguranja otplate kredita založena je dugotrajna materijalna imovina čija neto knjigovodstvena vrijednost na dan 31. prosinca 2020. godine iznosi 177.509 tisuća kuna (2019.: 192.831 tisuća kuna) (bilješka 24).

### BILJEŠKA 13a – NAJMOVI

Ova bilješka sadrži informacije o najmovima gdje je Grupa najmoprimac.

(i) Iznosi priznati u bilanci

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>Zgrade</u>	<u>Vozila</u>	<u>Ostalo</u>	<u>Ukupno</u>
<b>Stanje 1. siječnja 2019.</b>	<b>304.126</b>	<b>95.545</b>	<b>1.586</b>	<b>401.257</b>
Povećanja	13.209	33.004	236	46.449
Prodaja podružnica	(513)	(2.806)	-	(3.319)
Modifikacije	3.738	6.924	443	11.105
Amortizacija	(44.963)	(38.062)	(787)	(83.812)
Učinak promjene deviznog tečaja	274	289	4	567
<b>Stanje 31. prosinca 2019.</b>	<b>275.871</b>	<b>94.894</b>	<b>1.482</b>	<b>372.247</b>
Povećanja	25.854	38.666	323	64.843
Modifikacije	17.151	1.127	765	19.043
Prestanak najma	(20.004)	(8.557)	(244)	(28.805)
Amortizacija	(48.248)	(40.941)	(660)	(89.849)
Učinak promjene deviznog tečaja	715	638	6	1.359
<b>Stanje 31. prosinca 2020.</b>	<b>251.339</b>	<b>85.827</b>	<b>1.672</b>	<b>338.838</b>

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>31. prosinca 2020.</u>	<u>31. prosinca 2019.</u>
<b>Obveze po najmovima</b>		
Kratkoročne	84.824	80.032
Dugoročne	263.479	295.526
	<u>348.303</u>	<u>375.558</u>

(ii) Iznosi priznati u računu dobiti i gubitka

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
Amortizacija prava na korištenje imovine	89.849	83.812
Rashodi od kamata (uključeno u „Financijske rashode“)	9.315	10.201
Troškovi vezani uz kratkoročni najam, najam softverskih licenci i imovinu male vrijednosti te varijabilnu komponentu najma koja se ne kapitalizira (uključeno u „Ostale troškove poslovanja“)	28.454	26.812

Ukupni novčani odljev za otplatu glavnice po najmovima u 2020. godini iznosio je 86.999 tisuća kuna (2019.: 79.992 tisuća kuna).

**BILJEŠKA 14 – DUGOTRAJNA IMOVINA NAMIJENJENA PRODAJI**

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	5.583	5.583
Prodaja i rashodovanja	(205)	-
Tečajne razlike	4	-
<b>Završna neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>5.382</b>	<b>5.583</b>



**BILJEŠKA 15 – NEMATERIJALNA IMOVINA**

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Goodwill</b>	<b>Licence</b>	<b>Brendovi</b>	<b>Prava i Ugovori s kupcima</b>	<b>Softver</b>	<b>Imovina u pripremi</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2018.</b>							
Nabavna vrijednost	840.109	210.739	776.712	16.418	163.361	26.331	2.033.670
Akumulirana amortizacija i umanjenja	(27.601)	(48.580)	(105.342)	(14.802)	(130.525)	-	(326.850)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>812.508</b>	<b>162.159</b>	<b>671.370</b>	<b>1.616</b>	<b>32.836</b>	<b>26.331</b>	<b>1.706.820</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2019.</b>							
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	812.508	162.159	671.370	1.616	32.836	26.331	1.706.820
Učinak promjene deviznog tečaja	4.609	-	3.046	3	58	15	7.731
Povećanja	-	-	-	-	-	38.553	38.553
Prijenos u upotrebu	-	8.900	1.077	132	30.898	(41.007)	-
Stjecanje podružnica	1.201	-	-	5.205	-	-	6.406
Učinak prodaje podružnica	(34.997)	-	(6.474)	-	(638)	(671)	(42.780)
Amortizacija	-	-	(12.859)	(803)	(17.821)	-	(31.483)
Umanjenje vrijednosti	(6.215)	-	(19.677)	-	-	(680)	(26.572)
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>777.106</b>	<b>171.059</b>	<b>636.483</b>	<b>6.153</b>	<b>45.333</b>	<b>22.541</b>	<b>1.658.675</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2019.</b>							
Nabavna vrijednost	810.922	219.639	759.260	21.811	191.902	22.541	2.026.075
Akumulirana amortizacija i umanjenja	(33.816)	(48.580)	(122.777)	(15.658)	(146.569)	-	(367.400)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>777.106</b>	<b>171.059</b>	<b>636.483</b>	<b>6.153</b>	<b>45.333</b>	<b>22.541</b>	<b>1.658.675</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2020.</b>							
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	777.106	171.059	636.483	6.153	45.333	22.541	1.658.675
Učinak promjene deviznog tečaja	7.654	-	8.043	38	111	13	15.859
Povećanja	-	-	-	-	-	17.994	17.994
Prijenos u upotrebu	-	2.592	114	-	29.388	(32.094)	-
Stjecanje podružnica	20.227	-	-	-	10	-	20.237
Amortizacija	-	(388)	(10.525)	(1.097)	(21.929)	-	(33.939)
Umanjenje vrijednosti	-	-	(20.961)	(839)	-	-	(21.800)
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>804.987</b>	<b>173.263</b>	<b>613.154</b>	<b>4.255</b>	<b>52.913</b>	<b>8.454</b>	<b>1.657.026</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2020.</b>							
Nabavna vrijednost	838.803	222.231	768.895	5.210	220.682	8.454	2.064.275
Akumulirana amortizacija i umanjenja	(33.816)	(48.968)	(155.741)	(955)	(167.769)	-	(407.249)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>804.987</b>	<b>173.263</b>	<b>613.154</b>	<b>4.255</b>	<b>52.913</b>	<b>8.454</b>	<b>1.657.026</b>

Testiranje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na umanjenje vrijednosti prikazano je u bilješki 4 b).

Nematerijalna imovina čija neto knjigovodstvena vrijednost na dan 31. prosinca 2020. godine iznosi 565.252 tisuća kuna (2019.: 581.470 tisuće kuna) založena je kao sredstvo osiguranja otplate kredita (bilješka 24).

**BILJEŠKA 16 – FINACIJSKI INSTRUMENTI PO KATEGORIJAMA**

Računovodstvene politike za financijske instrumente su primijenjene na sljedeće stavke:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Financijska imovina po amortiziranom trošku</b>		
Potraživanja od kupaca	1.079.003	1.096.703
Dani krediti i depoziti	51.956	44.433
Ostala financijska imovina po amortiziranom trošku	20.649	66.399
Novac i novčani ekvivalenti	426.513	384.526
	<u>1.578.121</u>	<u>1.592.061</u>
<b>Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD</b>		
Financijska imovina po fer vrijednosti kroz OSD	1.404	1.025
	<u>1.579.525</u>	<u>1.593.086</u>
Ukupno kratkotrajna	1.530.122	1.551.248
Ukupno dugotrajna	49.403	41.838
<b>Financijske obveze po amortiziranom trošku</b>		
Primljeni krediti	811.224	929.887
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	914.313	911.721
	<u>1.725.537</u>	<u>1.841.608</u>
<b>Derivativni instrumenti zaštite</b>		
Derivativni financijski instrumenti	7.132	1.778
<b>Obveze po najmovima</b>	348.303	375.558
<b>Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka</b>		
Potencijalna naknada za stjecanje ovisnih društava	9.597	2.554
	<u>2.090.569</u>	<u>2.221.498</u>
Ukupno kratkoročne	1.518.234	1.511.246
Ukupno dugoročne	572.335	710.252

#### BILJEŠKA 17 – FINANCIJSKA IMOVINA PO FER VRIJEDNOSTI KROZ OSD

Ulaganja u financijsku imovinu po fer vrijednosti kroz OSD odnose se na glavničke instrumente koji ne kotiraju na burzi te se iskazuju po trošku s obzirom da se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti. Tijekom 2020. i 2019. godine nije bilo umanjena vrijednosti financijske imovine po fer vrijednosti kroz OSD.

#### BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dugoročna potraživanja</b>		
Dani krediti i depoziti /i/	41.442	33.912
Ostala potraživanja	<u>6.557</u>	<u>6.901</u>
	47.999	40.813
<b>Kratkoročna potraživanja</b>		
Potraživanja od kupaca /ii/	1.079.003	1.096.703
Dani krediti i depoziti /i/	10.514	10.521
Ostala potraživanja /iii/	<u>159.141</u>	<u>162.691</u>
	1.248.658	1.269.915
	<b><u>1.296.657</u></b>	<b><u>1.310.728</u></b>
	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Financijska imovina</b>		
<b>Kategorija: Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja</b>		
Dani krediti i depoziti	51.956	44.433
Potraživanja od kupaca	1.079.003	1.096.703
Ostala potraživanja	<u>20.649</u>	<u>66.399</u>
	<b><u>1.151.608</u></b>	<b><u>1.207.535</u></b>

**BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)**

/i/ Potraživanja po kreditima i depozitima su kako slijedi:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dugoročna potraživanja</b>		
Depoziti	6.307	1.664
Kreditni	37.841	32.298
Tekuće dospijeće	(2.706)	(50)
	<u>41.442</u>	<u>33.912</u>
<b>Kratkoročna potraživanja</b>		
Kreditni – povezane stranke (bilješka 30)	738	1.633
Kreditni	7.048	8.808
Depoziti	22	30
Tekuće dospijeće dugoročnih potraživanja	2.706	50
	<u>10.514</u>	<u>10.521</u>
	<b><u>51.956</u></b>	<b><u>44.433</u></b>

Fer vrijednost danih kredita i depozita približno je jednaka knjigovodstvenoj vrijednosti.

/ii/ Potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od kupaca – bruto	1.066.670	1.088.398
Potraživanja od kupaca – povezane stranke (bilješka 30)	74.887	81.088
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca	(62.554)	(72.783)
	<u>1.079.003</u>	<u>1.096.703</u>

**BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)**

/iii/ Ostala potraživanja su kako slijedi:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od državnih institucija	53.846	25.773
Potraživanja za predujmove	23.126	10.556
Unaprijed plaćeni troškovi	68.077	66.864
Potraživanje za kamate	753	393
Potraživanje za kamate – povezane stranke (bilješka 30)	201	134
Potraživanja od prodaje podružnica	-	43.738
Ostalo	13.138	15.233
	<b>159.141</b>	<b>162.691</b>

Uslijed neizvjesnosti naplate, napravljen je ispravak vrijednosti ostalih potraživanja u visini od 412 tisuća kuna (2019.: 2.475 tisuća kuna), (bilješka 8).

/iv/ Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Na dan 31. prosinca 2020. godine, vrijednost potraživanja od kupaca za koje je izvršen ispravak vrijednosti iznosi 62.554 tisuće kuna (2019.: 72.783 tisuće kuna). Pojedinačni ispravci potraživanja od kupaca odnose se na kupce koji su u neočekivano teškoj ekonomskoj situaciji. Starosna struktura ovih potraživanja od kupaca je sljedeća:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 3 mjeseca	4.227	690
Od 3 do 6 mjeseci	1.227	93
Više od 6 mjeseci	57.100	72.000
	<b>62.554</b>	<b>72.783</b>

**BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)**

Na dan 31. prosinca 2020. godine, vrijednost dospjelih potraživanja od kupaca za koje nije izvršen ispravak vrijednosti iznosi 129.630 tisuća kuna (2019.: 145.999 tisuća kuna) i odnosi se na više neovisnih kupaca koji u prošlosti nisu imali problema s plaćanjem. Starosna struktura ovih potraživanja je sljedeća:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 3 mjeseca	110.683	101.513
Od 3 do 6 mjeseci	9.622	24.800
Više od 6 mjeseci	9.325	19.686
	<b>129.630</b>	<b>145.999</b>

Knjigovodstvena vrijednost financijske imovine Grupe po valutama je kako slijedi:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	337.360	306.638
HRK	369.520	432.300
RSD	331.227	345.255
Ostalo	113.501	123.342
	<b>1.151.608</b>	<b>1.207.535</b>

Promjene u ispravku vrijednosti potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	<b>2020.</b>	<b>2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Stanje 1. siječnja	72.783	96.454
Ispravak vrijednosti potraživanja (bilješka 8)	20.862	5.382
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 8)	(10.470)	(2.911)
Otpisana potraživanja	(7.179)	(20.848)
Prodaja podružnica	-	(5.656)
Prijenos na dane dugoročne kredite	(13.080)	-
Tečajne razlike	(362)	362
<b>Stanje 31. prosinca</b>	<b>62.554</b>	<b>72.783</b>

Maksimalna izloženost kreditnom riziku na dan izvještavanja je knjigovodstvena vrijednost svake gore spomenute kategorije potraživanja.

**BILJEŠKA 19 – ZALIHE**

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Sirovine i materijal	111.220	87.740
Proizvodnja u tijeku	14.906	13.354
Gotovi proizvodi	193.148	163.487
Trgovačka roba	253.000	236.706
	<b>572.274</b>	<b>501.287</b>

Na dan 31. prosinca 2020. godine, zalihamu u iznosu od 23.955 tisuća kuna (2019.: 25.095 tisuća kuna) umanjena je vrijednost zbog usuglašavanja s neto ostvarivom vrijednosti (bilješka 8).

**BILJEŠKA 20 – NOVAC I NOVČANI EKVIVALENTI**

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Kunski račun i gotovina u blagajni	297.083	205.647
Devizni račun	129.025	178.879
Depoziti s rokom dospjeća do tri mjeseca //	405	-
	<b>426.513</b>	<b>384.526</b>

// Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Novac i novčani ekvivalenti denominirani su u sljedećim valutama:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	87.482	103.028
HRK	297.074	205.633
RSD	11.297	48.815
Ostalo	30.660	27.050
	<b>426.513</b>	<b>384.526</b>

**BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL, KAPITALNA DOBIT I VLASTITE DIONICE**

	Broj dionica	Dionički kapital	Kapitalna dobit	Vlastite dionice	Ukupno
	<i>(u tisućama kuna)</i>				
1. siječnja 2019.	<b>3.334.206</b>	<b>133.372</b>	<b>881.275</b>	<b>(92)</b>	<b>1.014.555</b>
Otkup vlastitih dionica	(11.441)	-	-	(13.424)	(13.424)
Isplata s temelja dionica	6.525	-	48	7.632	7.680
<b>31. prosinca 2019.</b>	<b>3.329.290</b>	<b>133.372</b>	<b>881.323</b>	<b>(5.884)</b>	<b>1.008.811</b>
Otkup vlastitih dionica	(9.899)	-	-	(11.022)	(11.022)
Isplata s temelja dionica	8.180	-	528	9.259	9.787
<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>3.327.571</b>	<b>133.372</b>	<b>881.851</b>	<b>(7.647)</b>	<b>1.007.576</b>

Sve dionice su redovne dionice, koje imaju sva pripadajuća prava. Navedena prava uključuju pravo glasa na Glavnoj skupštini Društva kao i pravo na isplatu dividende.

Osnivač i većinski vlasnik Društva je Emil Tedeschi, koji obnaša i funkciju Predsjednika Uprave. Gospodin Tedeschi je krajnji vlasnik Grupe.

Vlasnička struktura Društva je kako slijedi:

	31. prosinca 2020.		31. prosinca 2019.	
	Broj dionica	%	Broj dionica	%
Emil Tedeschi	1.673.819	50,20	1.673.819	50,20
Raiffeisen Obvezni mirovinski fond	322.729	9,68	322.729	9,68
AZ Obvezni mirovinski fond	286.946	8,61	286.946	8,61
Erste Plavi Obvezni mirovinski fond	256.019	7,68	246.926	7,41
Lada Tedeschi Fiorio	193.156	5,79	193.156	5,79
Uprava Društva	31.189	0,93	30.211	0,90
Ostali dioničari	563.713	16,91	575.503	17,26
Vlastite dionice	6.729	0,20	5.010	0,15
<b>Ukupno</b>	<b>3.334.300</b>	<b>100,00</b>	<b>3.334.300</b>	<b>100,00</b>

**Isplata dividende**

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 18. lipnja 2020. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 25,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 83.186 tisuća kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2020. godine.

U 2019. godini odobrena je isplata dividende u iznosu od 32,00 kune po dionici odnosno sveukupno 106.599 tisuća kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2019. godine.



## **BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL, KAPITALNA DOBIT I VLASTITE DIONICE (nastavak)**

### **Isplate s temelja dionica**

Prema ESOP programu Društva, zaposlenici se mogu opredijeliti da svoj ostvareni bonus dobiju u dionicama Društva, a navedeno pravo mogu ostvariti kako članovi Uprave, tako i ostali zaposlenici (transakcije podmirene dionicama).

Jedan dio opcija dodjele dionica uvjetovan je time da zaposlenik bude zaposlen najmanje dvije ili tri godine (razdoblje stjecanja prava), a drugim dijelom dodijeljenih dionica zaposlenici mogu slobodno raspolagati bez ograničenja.

Fer vrijednost dodijeljenih dionica utvrđena je na dan stjecanja prava prema procijenjenoj tržišnoj cijeni dionice u iznosu od 1.168,65 kuna (2019.: 1.170,67 kuna).

U 2020. godini članovi Uprave i zaposlenici primili su ukupno 7.603 neuvjetovanih dionica dodijeljenih u 2020. godini te 380 uvjetovanih dionica dodijeljenih u 2016. godini i 197 uvjetovanih dionica dodijeljenih u 2018. godini.

U 2019. godini članovi Uprave i zaposlenici primili su ukupno 6.199 neuvjetovanih dionica dodijeljenih u 2019. godini te 326 uvjetovanih dionica dodijeljenih u 2017. godini.

**BILJEŠKA 22 – PRIČUVE**

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Pričuve /i/</b>	<b>Pričuve iz preračuna /ii/</b>	<b>Pričuve zaštite od rizika /ii/</b>	<b>Ukupno</b>
1. siječnja 2019.	<b>17.325</b>	<b>(96.925)</b>	<b>(2.028)</b>	<b>(81.628)</b>
Tečajne razlike	-	8.668	-	8.668
Prijenos sa zadržane dobiti	2.861	-	-	2.861
Zaštita novčanog toka	-	-	(2.965)	(2.965)
<b>31. prosinca 2019.</b>	<b>20.186</b>	<b>(88.257)</b>	<b>(4.993)</b>	<b>(73.064)</b>
Tečajne razlike	-	25.592	-	25.592
Prijenos sa zadržane dobiti	327	-	-	327
Zaštita novčanog toka	-	-	(4.306)	(4.306)
<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>20.513</b>	<b>(62.665)</b>	<b>(9.299)</b>	<b>(51.451)</b>

/i/ Pričuve se uglavnom odnose na statutarne pričuve koje su iskazane sukladno odredbama statuta Društva. Ove pričuve su raspodjeljive.

/ii/ Kretanja predstavljaju iznose koji pripadaju isključivo dioničarima Društva.

Komponente ostale sveobuhvatne dobiti:

	<b>2020.</b>	<b>2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Zaštita novčanog toka:</b>		
Valutni forward ugovori		
Reklasificirano u račun dobiti i gubitka tijekom godine	4.977	(948)
Neto (gubitak)/dobit tijekom godine (osim za nedospjele ugovore)	(1.569)	343
Neto gubitak tijekom godine nedospjelih ugovora	(7.714)	(2.360)
	<b>(4.306)</b>	<b>(2.965)</b>

**BILJEŠKA 23 – OBVEZE PREMA DOBAVLJAČIMA I OSTALE OBVEZE**

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze prema dobavljačima	655.957	667.242
Obveze prema dobavljačima – povezane stranke (bilješka 30)	1.918	2.054
Ostale obveze	296.583	263.895
	<b>954.458</b>	<b>933.191</b>

Ostale obveze na dan 31. prosinca su kako slijedi:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze za bruto plaće zaposlenima	43.314	40.375
Obveze prema državnim institucijama	(3.719)	(22.761)
Ukalkulirani troškovi roba i usluga (dobavljači)	145.199	134.487
Ukalkulirani trošak neiskorištenih godišnjih odmora	17.269	20.259
Ugovorna obveza prema kupcima	63.602	55.045
Obveze za otpremnine	281	3.478
Odgođeni prihodi	1.477	343
Obveza za dividendu	171	107
Ostalo	28.989	32.562
	<b>296.583</b>	<b>263.895</b>

Financijske obveze, odnosno obveze prema dobavljačima i ostale obveze iz kojih su isključene obveze za bruto plaće zaposlenima, obveze za otpremnine i obveze prema državi, denominirane su u sljedećim valutama:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	388.793	336.968
HRK	320.579	348.062
RSD	151.887	171.963
Ostalo	53.323	55.106
	<b>914.582</b>	<b>912.099</b>

**BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA**

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dugoročni krediti:</b>		
Financijske ustanove	609	212.567
Obveznice /i/	298.919	199.983
	<b>299.528</b>	<b>412.550</b>
<b>Kratkoročni krediti:</b>		
Financijske ustanove /ii/	511.696	517.213
Obveznice /i/	-	124
	<b>511.696</b>	<b>517.337</b>
	<b>811.224</b>	<b>929.887</b>

/i/ U prosincu 2020. godine Grupa je izdala korporativne obveznice u iznosu od 300 milijuna kuna po cijeni izdanja od 99,985%, s kuponom od 0,875% godišnje uz polugodišnju isplatu kamata te konačnim dospijecom 11. prosinca 2025. godine. Svrha navedenih obveznica je financiranje radnog kapitala te refinanciranje obveznica čije je konačno dospijecje bilo 17. lipnja 2021. godine.

/ii/ Kratkoročni krediti od financijskih ustanova uključuju jedanaest kredita. Na dan 31. prosinca 2019. godine kratkoročni krediti od financijskih ustanova uključivali su 8 kratkoročnih kredita te tekuća dospijeca dugoročnih kredita po kreditnom paketu od Europske banke za obnovu i razvoj (EBRD), Međunarodne financijske korporacije (IFC, članica Svjetske banke), Raiffeisenbank Austria Zagreb i Zagrebačke banke koji su u cijelosti otplaćeni u 2020. godini.

Na dan 31. prosinca 2020. godine, 22 milijuna eura obvezujućih linija bilo je neiskorišteno (2019.: 18 milijuna eura).

Kreditni financijskih ustanova osigurani su zalogom nad nekretninama, postrojenjem i opremom (bilješka 13), nematerijalnom imovinom (bilješka 15) i udjelima u ovisnom društvu Atlantic Trade d.o.o. Zagreb te njegovim ovisnim društvima: Atlantic Droga Kolinska d.o.o., Ljubljana, Atlantic Grand d.o.o., Beograd i Atlantic Štark d.o.o., Beograd. Ukupna vrijednost neto imovine Atlantic Trade d.o.o. na subkonsolidiranoj razini na dan 31. prosinca 2020. godine iznosila je 2.156.122 tisuća kuna (2019.: 2.041.618 tisuća kuna). Nadalje, na dio kredita od financijskih ustanova primjenjuju se obveze definirane ugovorima o kreditu na temelju kojih je Grupa obvezna ispuniti određene ključne pokazatelje poslovanja poput pokrića ukupnog neto duga. Na dan bilance sve obveze su ispunjene.

Izloženost promjeni kamatne stope na primljene kredite sukladno ugovorenim datumima promjena kamatnih stopa na dan bilance je kako slijedi:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Fiksna kamatna stopa	654.803	200.107
Do 3 mjeseca	153.838	429.550
3 do 6 mjeseci	2.583	300.230
	<b>811.224</b>	<b>929.887</b>

**BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA (nastavak)**

Dinamika otplate dugoročnog duga je kako slijedi:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Od 1 do 2 godine	-	411.918
Od 2 do 5 godina	299.528	632
	<b>299.528</b>	<b>412.550</b>

Prosječna godišnja efektivna kamatna stopa na primljene kredite od financijskih ustanova na dan bilance bila je 0,72% (2019.: 1,22%). Godišnja efektivna kamatna stopa na obveznice na dan bilance bila je 3,10% (2019.: 3,19%).

Knjigovodstveni iznosi i fer vrijednost dugoročnog duga na dan 31. prosinca bili su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Knjigovodstvena vrijednost</b>		<b>Fer vrijednost</b>	
	<b>2020</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
<b>Dugoročni dug</b>				
Financijske ustanove	609	212.567	609	212.567
Obveznice	298.919	199.983	300.750	201.160
	<b>299.528</b>	<b>412.550</b>	<b>301.359</b>	<b>413.727</b>

Knjigovodstveni iznos kredita i obveznica preračunat je iz sljedećih valuta:

	<b>31. prosinca 2020.</b>	<b>31. prosinca 2019.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
HRK	503.550	365.428
EUR	152.392	562.900
RSD	153.840	-
USD	1.442	1.559
	<b>811.224</b>	<b>929.887</b>

## BILJEŠKA 25 – ODGOĐENI POREZ

Odgođena porezna imovina priznaje se za prenesene porezne gubitke i porezne prihode do visine za koju je vjerojatno da će ovi iznosi biti realizirani kroz buduću oporezivu dobit pripadajućih društava u Grupi. Grupa nije priznala odgođenu poreznu imovinu po osnovi poreznih gubitaka u iznosu od 17.412 tisuća kuna (2019.: 18.997 tisuća kuna) nastalih u Društvu i u pet ovisnih društava (2019.: tri ovisna društva), a koji se mogu realizirati kroz buduću oporezivu dobit društava. Odgođena porezna imovina koja bi proizašla iz ovih gubitaka nije priznata budući da nije vjerojatno da će u budućnosti postojati oporeziva dobit kroz koju bi se privremene razlike realizirale. Porezni gubici u iznosu od 74.664 tisuće kuna (2019.: 96.203 tisuće kuna) ističu kroz sljedećih 5 godina dok porezni gubici u iznosu od 13.939 tisuća kuna (2019.: 7.648 tisuća kuna) imaju neograničeni vijek korištenja.

### Odgođena porezna imovina

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Porezni gubici</b>	<b>Rezerviranja</b>	<b>Ostalo</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2019.</b>	<b>2.777</b>	<b>12.161</b>	<b>17.005</b>	<b>31.943</b>
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	111	1.571	(2.742)	(1.060)
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	53	450	503
Prodaja podružnice	-	(444)	-	(444)
Tečajne razlike	792	23	39	854
<b>Stanje 31. prosinca 2019.</b>	<b>3.680</b>	<b>13.364</b>	<b>14.752</b>	<b>31.796</b>
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	351	755	3.868	4.974
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	99	1.011	1.110
Tečajne razlike	(1.278)	50	(367)	(1.595)
<b>Stanje 31. prosinca 2020.</b>	<b>2.753</b>	<b>14.268</b>	<b>19.264</b>	<b>36.285</b>

### Odgođena porezna obveza

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Višak fer vrijednosti imovine stečene poslovnim kombinacijama</b>	<b>Ostalo</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2019.</b>	<b>160.378</b>	<b>59</b>	<b>160.437</b>
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	(7.435)	-	(7.435)
Porez na teret/(u korist) ostale sveobuhvatne dobiti	-	(248)	(248)
Tečajne razlike	285	189	474
<b>Stanje 31. prosinca 2019.</b>	<b>153.228</b>	<b>-</b>	<b>153.228</b>
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	(4.714)	-	(4.714)
Tečajne razlike	1.576	-	1.576
<b>Stanje 31. prosinca 2020.</b>	<b>150.090</b>	<b>-</b>	<b>150.090</b>

## BILJEŠKA 26 – REZERVIRANJA

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Rezerviranja za naknade zaposlenima</b>	<b>Rezerviranja za sudske sporove</b>	<b>Ostala rezerviranja</b>	<b>Ukupno</b>
Stanje 31. prosinca 2019.	94.039	58.477	21.845	174.361
<b>Analiza ukupnih rezerviranja:</b>				
Dugoročni dio	52.832	11.341	1.342	65.515
Kratkoročni dio	41.207	47.136	20.503	108.846
<b>Stanje 1. siječnja 2020.</b>	<b>94.039</b>	<b>58.477</b>	<b>21.845</b>	<b>174.361</b>
Povećanja	51.137	1.820	8.388	61.345
Iskorišteno tijekom godine	(38.481)	(96)	(19.860)	(58.437)
Ukinuto tijekom godine	(4.789)	(231)	-	(5.020)
Trošak kamata	785	-	-	785
Tečajne razlike	1.554	146	(265)	1.435
<b>Stanje 31. prosinca 2020.</b>	<b>104.245</b>	<b>60.116</b>	<b>10.108</b>	<b>174.469</b>
<b>Analiza ukupnih rezerviranja:</b>				
Dugoročni dio	53.939	11.484	1.359	66.782
Kratkoročni dio	50.306	48.632	8.749	107.687

### Sudski sporovi

Grupa je napravila rezervaciju u iznosu 38.529 tisuća kuna (2019.: 38.529 tisuća kuna) temeljem ugovora o prodaji udjela u društvu Neva d.o.o., čiji su udjeli prodani u 2018. godini. Naime, Društvo se temeljem navedenog ugovora o kupoprodaji udjela obvezalo kupcu nadoknaditi eventualne dodatno utvrđene porezne obveze po sporu društva Neva d.o.o. sa Poreznom upravom koji je u trenutku kupoprodaje bio u tijeku pred Upravnim sudom. S obzirom da je u 2018. godini Upravni sud donio negativnu odluku u ovome sporu, Društvo je rezerviralo navedeni iznos. U 2020. godini Društvo je rezerviralo dodatni iznos od 1.153 tisuća kuna (2019.: 689 tisuća kuna) koji se odnosi na zatezne kamate. Obveza plaćanja se odgađa do rješenja žalbe Visokom upravnom sudu koje je društvo Neva d.o.o. podnijela u ovome sporu.

Dodatno uz prethodnog navedeno, Grupa je tijekom redovnog poslovanja bila tuženik, odnosno tužitelj u sudskim sporovima koji su u tijeku. Prema mišljenju Uprave, Grupa neće imati materijalnih gubitaka po ovim sporovima iznad iznosa za koje su izvršena rezerviranja na dan 31. prosinca 2020. godine.

### Primanja radnika

Ovo rezerviranje odnosi se na procijenjena dugoročna primanja radnika vezano uz otpremnine i jubilarne nagrade, što je definirano Kolektivnim ugovorom, te na bonuse radnicima. Dugoročni iznos rezerviranja odnosi se na procijenjena stečena prava na otpremnine i jubilarne nagrade koje će biti isplaćene nakon 31. prosinca 2021. godine. Kratkoročni iznos primanja radnika sastoji se od godišnjih bonusa radnicima te jubilarnih nagrada i otpremnina u iznosu od 3.563 tisuće kuna koji će biti isplaćeni u razdoblju od 12 mjeseci nakon datuma bilance.

### Ostala rezerviranja

Ostala rezerviranja se uglavnom odnose na procijenjene ugovorne obveze po osnovi ugovora o nabavi.

## BILJEŠKA 27 – PREUZETE OBVEZE

Ugovorena, a nerealizirana kapitalna ulaganja su na dan 31. prosinca 2020. godine iznosila 47.034 tisuća kuna za nekretnine, postrojenja i opremu (2019.: 67.364 tisuća kuna) te 2.212 tisuće kuna za nematerijalnu imovinu (2019.: 1.445 tisuća kuna).

## BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE, KUPNJA I PRODAJA PODRUŽNICA

/i/ Atlantic Grupa je početkom prosinca 2020. godine ušla u strateško partnerstvo s društvom Procaffe d.o.o., jednim od vodećih igrača na hrvatskom tržištu espresso kave i prisutnim u preko 800 ugostiteljskih objekata u Hrvatskoj, koje poslovanje nastavlja razvijati u okviru Atlantic Grupe. Kroz novo partnerstvo Grupa značajno osnažuje svoju prisutnost u segmentu espresso kave u HoReCa kanalu.

Atlantic Grupa je stekla 99% vlasništva u društvu Procaffe d.o.o. Manjinski interes u stečenom ovisnom društvu je priznat po fer vrijednosti. Kao rezultat ove transakcije privremeno je utvrđen goodwill u iznosu od 20.199 tisuća kuna, kao razlika između troška stjecanja i knjigovodstvene vrijednosti stečene neto imovine. Privremeno utvrđeni goodwill je predmet konačnog vrednovanja koje će biti dovršeno unutar razdoblja od 12 mjeseci od datuma stjecanja.

### Plaćeni novac i obveza za stjecanje ovisnog društva: (u tisućama kuna)

Plaćeni novac	12.782
Obveza za stjecanje ovisnog društva*	7.437
<b>Ukupna naknada za kupnju</b>	<b>20.219</b>

Knjigovodstvena vrijednost stečene neto imovine	(20)
<b>Privremeno utvrđeni goodwill</b>	<b>20.199</b>

### Knjigovodstvena vrijednost stečene neto imovine (u tisućama kuna)

Nekretnine, postrojenja i oprema	2.801
Nematerijalna imovina	10
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	703
Novac i novčani ekvivalenti	20
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(3.514)
	<b>20</b>

\*Sukladno kupoprodajnom ugovoru definirana je naknada za stjecanje koja će biti isplaćena prijašnjim vlasnicima Društva u dvije dodatne tranše ukoliko se ostvare zadani ciljevi prodaje tijekom sljedeće dvije godine. Na dan bilance, fer vrijednost obveze za naknadu utvrđena je diskontiranjem na sadašnju vrijednost, uzimajući u obzir vjerojatnost ostvarenja zadanih ciljeva. Obveza je iskazana u sklopu pozicije 'Ostale dugoročne obveze' budući da su ugovoreni termini plaćanja tranši u siječnju 2022. godine i travnju 2023. godine.



## BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE I PRODAJA PODRUŽNICA (nastavak)

### Novčani tok od stjecanja podružnica (u tisućama kuna)

Plaćena naknada u novcu	12.782
Stečeni novac	(20)
<b>Novčani tok po stjecanju</b>	<b>12.762</b>

Stečena podružnica je u 2020. godini u konsolidiranom računu dobiti i gubitka ostvarila 14 tisuća kuna prihoda i 958 tisuća kuna gubitka.

Tijekom 2020. godine, Grupa je naplatila preostala potraživanja od prodaje udjela iz 2019. godine: u društvu Fidifarm u iznosu od 12.628 tisuća kuna te u društvu Bionatura bidon vode d.o.o. u iznosu od 4.500 tisuća kuna.

Također, u 2020. godini je naplaćeno preostalih 26.738 tisuća kuna potraživanja od prodaje društva Neva d.o.o. u 2018. godini, te je ostvaren dodatni gubitak od 1.153 tisuća kuna po osnovi rezervacije za sudski spor.

Nadalje, u 2020. godini, Grupa je ostvarila dodatni dobitak od prodaje tvornica sportske i aktivne prehrane iz 2017. godine u iznosu od 6.331 tisuća kuna.

Na dan 31.12.2020. Grupa nema dodatnih potraživanja povezanih uz prodaju podružnica.

/ii/ Krajem 2019. godine, Grupa je sklopila strateško partnerstvo s mrežom kafića *Vivas cafés* koja broji gotovo 300 kafića i barova. Na taj je način Grupa znatno osnažila poslovanje segmenta espresso kave. Partnerstvo s *Vivas cafés* dio je dobro definirane strategije razvoja biznisa kave u Atlantic Grupi, izgradnje liderske pozicije na hrvatskom tržištu kave i širenja u rastućem segmentu konzumacije izvan kućanstava. Grupa je inicijalno stekla 98,85% vlasništva u tvrtki *Vivascaffè Professional d.o.o.* dok je preostalih 1,15% otkupljeno u 2020. godini, nakon čega je tvrtka pripojena u *Atlantic Trade d.o.o.* Zagreb.

Pojedinosti o stečenoj neto imovini i goodwillu su kako slijedi:

### Plaćeni novac i obveza za stjecanje ovisnog društva: (u tisućama kuna)

Plaćeni novac u 2019. godini	2.206
Plaćeni novac u 2020. godini	4.228
<b>Ukupna naknada za kupnju</b>	<b>6.434</b>
Fer vrijednost stečene neto imovine	(5.205)
<b>Goodwill</b>	<b>1.229</b>

**BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE I PRODAJA PODRUŽNICA (nastavak)**

Pojedinosti o vrijednostima imovine i obveza su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Fer vrijednost</b>	<b>Knjigovodstvena vrijednost</b>
Ugovori s kupcima	5.205	-
Novac i novčani ekvivalenti	5	5
Obveza za porez na dobit	(5)	(5)
<b>Neto imovina</b>	<b>5.205</b>	<b>-</b>

**Novčani tok od stjecanja podružnica**

*(u tisućama kuna)*

Plaćena naknada u 2019. godini	2.206
Stečeni novac	(5)
Novčani tok po stjecanju u 2019. godini	2.201
Novčani tok po stjecanju u 2020. godini	4.228

Tijekom 2019. godine, Atlantic Grupa je nastavila provoditi svoj strateški program dezinvestiranja „non-core“ poslovnih operacija. Na dan 1. travnja 2019. godine, Atlantic Grupa i njemačka tvrtka Genuport, dugogodišnji partner u distribuciji sportske i funkcionalne hrane, sklopili su ugovor o prodaji poslovnog područja sportske i funkcionalne prehrane, koja uključuje brendove *Multipower*, *Champ* i *Multaben* u okviru kojeg su već prethodno dezinvestirana proizvodna postrojenja belgijskoj tvrtki Aminolabs.

Početkom listopada 2019. godine, Atlantic Grupa i PharmaS Grupa potpisali su ugovor o prodaji kompanije Fidifarm d.o.o., vlasnika vodeće hrvatske robne marke dodatka prehrani – *Dietpharm*. PharmaS je također kupio i *Multivitu*, regionalni brend dodatka prehrani, čiji je proizvod *Multivita Vitamin C* vodeći šumeći vitamin C na ruskom tržištu. Transakcije su zaključene 31. prosinca 2019. godine.

Atlantic Grupa je 31. prosinca 2019. godine prodala distribuciju bidona kao osnovnu djelatnost tvrtke Bionatura Bidon Vode d.o.o., zadržavajući pritom brend *Kala* i ukupno poslovanje vezano uz punionicu vode.

Grupa je ostvarila dobit od prodaje podružnica u iznosu od 32.070 tisuća kuna.

**Primljena naknada i potraživanja za prodaju podružnica:**

*(u tisućama kuna)*

Novac	103.031
Potraživanja	17.000
<b>Ukupni primici od prodaje</b>	<b>120.031</b>
Sadašnja vrijednost prodane neto imovine	(83.757)
Troškovi transakcije	(4.204)
<b>Dobit od prodaje podružnica</b>	<b>32.070</b>

**BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE I PRODAJA PODRUŽNICA (nastavak)**

**Knjigovodstvena vrijednost prodane neto imovine prodanih  
podružnica (u tisućama kuna)**

Nekretnine, postrojenja i oprema	21.006
Pravo na korištenje imovine	3.319
Nematerijalna imovina	42.780
Odgođena porezna imovina	444
Zalihe	26.857
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	30.864
Novac i novčani ekvivalenti	8.432
Rezerviranja	(3.246)
Obveze po najmovima	(3.343)
Obveze za porez na dobit	(638)
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(42.718)
	<b>83.757</b>

**Novčani tok od prodaje podružnica  
(u tisućama kuna)**

Primljena naknada u novcu	103.031
Novac u prodanim podružnicama	(8.432)
<b>Primici od prodaje podružnica – neto</b>	<b>94.599</b>

Prodane podružnice su u 2019. godini u konsolidiranom računu dobiti i gubitka ostvarile 140 milijuna kuna prihoda i 14 milijuna kuna gubitka.

Tijekom 2019. godine, Grupa je također naplatila 55.972 tisuća kuna od prodaje tvornica u 2017. godini i ostvarila dodatni dobitak u iznosu od 24.778 tisuća kuna. Također, od prodaje Neve u 2018. godini, Grupa je naplatila 1.460 tisuća kuna te je ostvaren dodatni dobitak od 98 tisuća kuna.

**BILJEŠKA 29 – NOVAC GENERIRAN POSLOVANJEM**

	<u>Bilješka</u>	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
<b>Neto dobit za godinu</b>		<b>342.270</b>	<b>390.367</b>
Porez na dobit	11	69.378	73.040
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	13, 13a, 14, 15,	274.315	278.306
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	9	(130)	(612)
Dobitak od prodaje podružnica – neto od transakcijskih troškova	9	(5.178)	(56.946)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	8	45.229	32.952
Tečajne razlike – neto		4.827	1.808
(Smanjenje)/povećanje rezerviranja za rizike i troškove	26	(1.830)	15.415
Gubici/ (dobici) od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	9	4.913	(5.703)
Isplate s temelja dionica	21	9.787	7.680
Prihodi od kamata		(5.060)	(1.028)
Rashodi od kamata	10	25.709	35.218
Ostale nenovčane promjene – neto		12.105	(954)
<b>Promjene u radnom kapitalu:</b>			
Povećanje zaliha		(94.942)	(59.329)
Povećanje kratkoročnih potraživanja		(37.331)	(80.856)
Povećanje kratkoročnih obveza		30.309	68.173
<b>Novac generiran poslovanjem</b>		<b>674.371</b>	<b>697.531</b>

### BILJEŠKA 30 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Grupa ostvaruje transakcije sa sljedećim povezanim strankama: značajnim dioničarima i ostalim društvima u vlasništvu ili pod kontrolom krajnjeg vlasnika Društva („ostale povezane stranke“) među kojima najznačajnije transakcije ostvaruje s tvrtkom Ataco d.o.o. koja je u suvlasništvu krajnjeg vlasnika Društva i koja se bavi trgovinom i distribucijom proizvoda svjetski renomiranih proizvođača, uključujući i proizvode Grupe na tržištima Bosne i Hercegovine i Crne Gore.

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. prosinca 2020. godine i na dan 31. prosinca 2019. godine i stavke računa dobiti i gubitka za godine koje su tada završile iskazane su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>Bilješke</u>	<u>2020.</u>	<u>2019.</u>
<b>POTRAŽIVANJA</b>			
<b>Kratkoročna potraživanja</b>			
Ostale povezane stranke	18	75.826	82.855
<b>OBVEZE</b>			
<b>Obveze prema dobavljačima i ostale obveze</b>			
Ostale povezane stranke	23	1.918	2.054
<b>PRIHODI</b>			
<b>Prihodi od prodaje</b>			
Ostale povezane stranke		448.514	510.621
<b>Ostali prihodi</b>			
Ostale povezane stranke		807	3.043
<b>RASHODI</b>			
<b>Troškovi marketinga i unapređenja prodaje</b>			
Ostale povezane stranke	7	3.065	4.258
<b>Ostali troškovi poslovanja</b>			
Ostale povezane stranke	8	2.332	2.225
<b>Nabava nekretnina, postrojenja i opreme</b>			
Ostale povezane stranke		623	-

#### **Naknade Upravi**

U 2020. godini članovi Uprave po osnovi plaće i godišnjeg bonusa zaprimili su ukupan bruto iznos od 17.794 tisuća kuna (2019.: 11.841 tisuća kuna).

### BILJEŠKA 31 – REVIZORSKE NAKNADE

Naknade za zakonom propisanu reviziju financijskih izvještaja Grupe iznosile su 3.009 tisuća kuna (2019.: 2.354 tisuće kuna) dok su naknade za ostale usluge iznosile 153 tisuće kuna (2019.: 68 tisuća kuna). Ostale usluge odnose se na pretplatu na online platformu za edukaciju, Izvješće o primicima Uprave i Nadzornog odbora, izvještaje o povezanim stranama te na dogovorene postupke izračuna ključnih pokazatelja poslovanja.

### BILJEŠKA 32 – OVISNA DRUŠTVA

Grupi čini Društvo i sljedeća ovisna društva u kojima Društvo posjeduje vlasnički udjel veći od 50% i kontrolu:

	<b>2020.</b>	<b>2019.</b>
Atlantic Cedevita d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Atlantic Trade d.o.o. Zagreb, Hrvatska	100%	100%
- Atlantic Droga Kolinska d.o.o, Slovenija	100%	100%
- Atlantic Štark d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Argeta d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- o.o.o. Atlantic Brands, Rusija	100%	100%
- Atlantic Grand d.o.o., Srbija	100%	100%
- Unikomerc d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Grand d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- Atlantic Grand d.o.o.e.l., Sjeverna Makedonija	100%	100%
- Atlantic Brands d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Slovenija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Sjeverna Makedonija	75%	75%
- Vivascaffe Proffesional d.o.o, Hrvatska (pripojeno u Atlantic Trade d.o.o. Zagreb u 2020.)	-	99%
- Procaffe d.o.o., Hrvatska (stečeno u 2020.)	99%	-
Farmacia Holding d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- Atlantic Pharmacentar d.o.o., Hrvatska (pripojeno u Farmacia – specijalizirana prodavaonica d.o.o. u 2020.)	-	100%
- ZU Ljekarne Farmacia, Hrvatska	100%	100%
- Farmacia - specijalizirana prodavaonica d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Montana Plus d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Atlantic Point d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Hopen Investments, BV, Nizozemska	100%	100%
- Atlantic Management GmbH, Njemačka	100%	100%
Atlantic Multipower UK Ltd, Velika Britanija (likvidirano u 2020.)	-	100%
Atlantic Multipower Srl, Italija (u procesu likvidacije)	100%	100%
Atlantic Brands GmbH, Austrija	100%	100%

Uprava Atlantic Grupe d.d. (dalje u tekstu: Atlantic Grupa ili Društvo), sukladno odredbama članka 250.a, 250.b, 300.a i 300.b Zakona o trgovačkim društvima te članka 462. i 463. Zakona o tržištu kapitala, na svojoj sjednici održanoj dana 29. ožujka 2021. donijela je sljedeću

## ODLUKU

- I. Utvrđuje se Godišnje izvješće društva Atlantic Grupa d.d., sve u tekstu „GODIŠNJE IZVJEŠĆE 2020.“ koje čini privitak ove Odluke.
- II. Utvrđuju se revidirani nekonsolidirani i konsolidirani Godišnji financijski izvještaji za 2020. godinu, koje čine: izvještaj o financijskom položaju (bilanca), račun dobiti i gubitka, izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti, izvještaj o novčanim tokovima, izvještaj o promjenama kapitala i bilješke uz financijske izvještaje, sve u tekstu koji čini sastavni dio Izvještaja iz točke I. ove Odluke.
- III. Utvrđuje se da su revizori Ernst & Young d.o.o. iz Zagreba, Radnička cesta 50, Hrvatska i Kulić i Sperk Revizija d.o.o. iz Zagreba, Radnička cesta 52, Hrvatska sačinili revizorsko izvješće za 2020. godinu, sve u tekstu koji čini sastavni dio Izvještaja iz točke I. ove Odluke.
- IV. Utvrđuje se Izvješće Uprave o stanju Društva / Izvještaj rukovodstva za period od 01.01.2020. do 31.12.2020. godine, sve u tekstu koji čini sastavni dio Izvještaja iz točke I. ove Odluke.
- V. Sukladno članku 463. Zakona o tržištu kapitala Uprava Društva donosi odluku o objavi izvještaja iz točaka I., II. i III. te se naznačuje da Nadzorni odbor još nije odlučivao o istima, odnosno, da na iste još nije dana suglasnost nadležnog organa izdavatelja Atlantic Grupa d.d.
- V. Sukladno odredbi članka 300. b Zakona o trgovačkim društvima:
  1. Nadzornom odboru Društva podnijet će se izvještaji iz točaka II. i IV. ove Odluke na ispitivanje i predložiti da na te Izvještaje Nadzorni odbor daje suglasnost na sjednici zakazanoj prema objavljenom kalendaru događanja (03. svibnja 2021.);
  2. Dostavlja se Nadzornom odboru Društva revizorsko izvješće iz točke III. ove Odluke radi zauzimanja stava na sjednici zakazanoj prema objavljenom kalendaru događanja (03. svibnja 2021.);
  3. Po donošenju odluke Nadzornog odbora iz točaka 1. i 2., Uprava Društva će istovremeno, na sjednici Nadzornog odbora zakazanoj prema objavljenom kalendaru događanja (03. svibnja 2021.), Nadzornom odboru uputiti Prijedlog odluke o upotrebi dobiti radi zauzimanja stava;

4. Odluka Nadzornog odbora Društva o davanju suglasnosti na godišnje izvještaje i posljedično usvojeni prijedlog Uprave i Nadzornog odbora o upotrebi dobiti, objavit će se sukladno članku 463. stavku 4. Zakona o tržišta kapitala.

Atlantic Grupa d.d.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Emil Tedeschi', is positioned above the printed name.

Emil Tedeschi, Predsjednik Uprave







**ATLANTIC GRUPA D.D.**  
Miramarska 23  
10000 Zagreb, Hrvatska

**Informacije**  
tel. +385 1 2413 322  
fax. +385 1 2413 901  
[ir@atlanticgrupa.com](mailto:ir@atlanticgrupa.com)