



ATLANTIC
GRUPA

Godišnje izvješće
za **2013.** godinu



SADRŽAJ

SAŽETAK KLJUČNIH FINACIJSKIH POKAZATELJA	1
PISMO PREDSEDNIKA UPRAVE DIONIČARIMA.....	2
KORPORATIVNI PROFIL ATLANTIC GRUPE	4
O KOMPANIJI	4
POVIJESNI RAZVOJ.....	4
ORGANIZACIJSKA STRUKTURA	8
VLASNIČKA STRUKTURA.....	10
KORPORATIVNO UPRAVLJANJE ATLANTIC GRUPE	12
KORPORATIVNO UPRAVLJANJE	14
GLAVNA SKUPŠTINA.....	14
NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE.....	14
KOMISIJE NADZORNOG ODBORA.....	17
UPRAVA ATLANTIC GRUPE	18
POLITIKA NAGRAĐIVANJA ČLANOVA UPRAVE	19
STRATEŠKO POSLOVNO VIJEĆE	21
POSLOVNI ODBORI	21
PRIMJENA NAČELA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA	22
SPONZORSTVA I DONACIJE	22
DAN VRIJEDNOSTI (Value Day)	28
ODRŽIVI RAZVOJ I ZAŠTITA OKOLIŠA U 2013. GODINI	29
KONTROLA KVALITETE.....	31
INTEGRALNI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM, OKOLIŠEM I SIGURNOŠĆU HRANE.....	33
LJUDSKI RESURSI U 2013. GODINI.....	36
OPERATIVNO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE	43
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA	46
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA.....	52
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO	55
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI.....	59
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA.....	62
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA	67
STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA	70

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA, SRBIJA, MAKEDONIJA	71
STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HORECA	74
STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MEĐUNARODNA TRŽIŠTA	75
TRŽIŠTE RUSIJE I ZND-a.....	76
FINANCIJSKO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE	79
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2013. GODINI	81
DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2013. GODINI.....	87
FINANCIJSKI POKAZATELJI U 2013. GODINI	91
OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA U 2013. GODINI	93
OČEKIVANJA ZA 2014. GODINU	95
RIZICI POSLOVANJA ATLANTIC GRUPE.....	97
RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA.....	97
RIZICI INDUSTRIJE I KONKURENCIJE	98
POSLOVNI RIZIK	100
FINANCIJSKI RIZICI	102
KRATICE.....	104
IZVJEŠĆE REVIZORA I KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	105
KONTAKTI.....	168

SAŽETAK KLJUČNIH FINANCIJSKIH POKAZATELJA

(u milijunima kuna)	2013.	2012.*	2013./2012.
Ukupni prihodi	5.092,2	4.984,8	2,2%
Prihodi od prodaje	5.051,3	4.930,4	2,5%
EBITDA	590,8	558,6	5,8%
EBITDA marža	11,7%	11,3%	+37 bb
EBIT	424,6	399,2	6,4%
EBIT marža	8,4%	8,1%	+31 bb
Neto dobit	199,0	112,5	76,9%
Neto profitna marža	3,9%	2,3%	+166 bb
Neto dug	2.059,3	2.353,1	(12,5%)
Neto dug/EBITDA	3,5	4,2	n/p
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	420,2	296,0	42,0%
Kapitalna ulaganja	100,0	78,8	26,9%
Tržišna kapitalizacija na 31.12.	2.394,0	1.787,2	34,0%
EV	4.504,7	4.187,5	7,6%
EPS (u kunama)	58,5	30,5	91,9%
PPS na 31.12. (u kunama)	718,0	536,0	34,0%
DPS (u kunama)	9,0	-	n/p

* Normalizirano

PISMO PREDSEDNIKA UPRAVE DIONIČARIMA



Uvjeti u kojima poslujemo posljednjih nekoliko godina u bitnome su otežani, primarno dugotrajnom krizom i posljedicama koje ostavlja u poslovnom i društvenom okruženju, osobito u regiji jugoistočne Europe gdje Atlantic Grupa ostvaruje najveći dio prihoda. Međutim, uspješnom primjenom zacrtane strategije Atlantic Grupa je u 2013. godini nastavila s organskim rastom prihoda od prodaje uz poboljšanje profitabilnosti. Osobito smo zadovoljni što se naš poslovni model pokazuje stabilnim u teškom gospodarskom okruženju što potvrđuju ostvareni rezultati i pokretanje novih investicija. Unatoč izazovima, kontinuirano uspijevamo generirati rast u okruženju općeg pada ili

stagnacije, pa tako i u regiji, a ostvarenim rezultatima na tržištima ZND-a te ključnim europskim tržištima potvrđujemo orijentiranost kompanije prema internacionalizaciji kao našem strateškom fokusu. Time smo, uz konstantan rad na izgradnji i razvoju kvalitetnih uvjeta za rad i prepoznatljive korporativne kulture, dodatni fokus usmjerili na jačanje našeg upravljačkog tima i unapređenje kapaciteta. Istovremeno, kompanija je kontinuirano posvećena upravljanju rizicima, održavanju likvidnosti i upravljanju svojim financijskim obvezama.

Naša očekivanja uvijek su jednako realna i odgovorna koliko i ambiciozna. Kao kompanija čije su dionice uvrštene na uređeno tržište Zagrebačke burze već 25 kvartala u kontinuitetu ostvarujemo rezultate koje najavljujemo, na temelju čega nas tržište kapitala, kao i naši dioničari, prepoznaju kao transparentnu, odgovornu i perspektivnu kompaniju. Međutim, naša vizija nadilazi parametre koji se mjere isključivo financijskim instrumentima. Zahvaljujući jasnoj viziji razvoja od 1991. godine narasli smo od lokalnog distributera – sa šest zaposlenih u jedan od vodećih poslovnih sustava u jugoistočnoj Europi s preko 4.200 zaposlenih i tvrtkama u 11 zemalja.

U 2013. godini pokrenuta je značajna internacionalizacija poslovanja kompanije, čiji su glavni nositelji naše robne marke s najvećim potencijalom za rast i širenje na međunarodnom tržištu – Argeta, Donat Mg, Multipower, Bebi i Cedevita GO! Uz snažnu podršku regionalnog sustava distribucije vlastitih kapaciteta, te suradnju s uglednim distribucijskim partnerima na europskim tržištima Zapada i Istoka Europe, neometanu implementaciju ovog strateškog pravca omogućuje nam i iznimno kvalitetna alokacija proizvodnih kapaciteta. Jasna i promišljena strategija razvoja omogućuje nam da fokusirano ulažemo u daljnji rast, o čemu svjedoče i nove investicije od kojih je posljednje ulaganje u novu tvornicu za proizvodnju energetskih pločica iz asortimana sportske i aktivne prehrane u Hrvatskoj. Paralelno s ulaganjem u vlastite brendove, jedan od strateških ciljeva je daljnje širenje i jačanje distribucijskog poslovanja, kojeg smo krajem 2013. godine značajno oplemenili ugovorom o distribuciji proizvoda jednog od vodećih svjetskih proizvođača robe široke potrošnje - Unilevera, sklopljenog za područje tržišta Slovenije i Hrvatske.

Na koncu, nikako manje važno, i dalje ustrajemo u društvenoj odgovornosti koju osjećamo i provodimo na svim tržištima gdje poslujemo, nastojeći uvijek zajednici vratiti dio profita koji ostvarujemo kroz poslovanje.

Odgovornost prema okolišu i dugoročnoj održivosti našeg poslovnog modela obvezuje nas na brigu o ekološkim implikacijama industrije. Transparentno poslovanje i komuniciranje donose našim dioničarima neumanjenu vrijednost, a naši zaposlenici u stalnom su fokusu kontinuiranih napora da sami i zajedno uvijek budemo bolji.

Emil Tedeschi,
Predsjednik Uprave Atlantic Grupe

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Emil Tedeschi', with a small dot at the end.

KORPORATIVNI PROFIL ATLANTIC GRUPE

O KOMPANIJI



Atlantic Grupa je hrvatska multinacionalna kompanija koja u svojem poslovanju objedinjuje proizvodnju, razvoj, prodaju i distribuciju robe široke potrošnje, s istodobnom prisutnošću na više od 30 tržišta diljem svijeta. Atlantic Grupa je jedna od vodećih prehrambenih kompanija u regiji* čiji proizvodni portfelj uključuje kavu, prehranu za sportaše, bezalkoholna pića, slatki i slani asortiman, delikatesne namaze te dječju hranu. Dodatno, Atlantic Grupa ima široki portfelj proizvoda za osobnu njegu, vlasnik je vodećeg hrvatskog proizvođača vitamina, minerala, suplemenata i OTC lijekova te je vlasnik jednog od vodećih privatnih

ljekarničkih lanaca u Hrvatskoj objedinjenog pod nazivom Farmacia. Atlantic Grupa ima razvijenu distribucijsku mrežu na regionalnim tržištima kroz koju, osim vlastitog proizvodnog asortimana poznatih brendova, distribuira i asortiman proizvoda vanjskih partnera. Također, proizvodi Atlantic Grupe imaju značajnu prisutnost na tržištu Rusije, tržištu Zajednice Neovisnih Država (ZND) i europskim tržištima, a s asortimanom sportske prehrane Atlantic Grupa je jedna od vodećih proizvodnih europskih kompanija u ovom segmentu.

Sjedište kompanije je u Zagrebu, dok se proizvodni pogoni nalaze u Hrvatskoj, Njemačkoj, Sloveniji, Bosni i Hercegovini, Srbiji i Makedoniji. Atlantic Grupa ima tvrtke i predstavništva u 11 zemalja, a na tržištima gdje nije prisutna s vlastitim operativnim kompanijama, razvila je partnerske odnose s regionalnim i nacionalnim distributerima. Danas je Atlantic Grupa kompanija s: (i) prihodima od prodaje od 5,1 milijardu kuna, (ii) preko 4.200 zaposlenih, (iii) razvijenom regionalnom distribucijom, (iv) 12 brendova s prodajom iznad 120 milijuna kuna te (v) 14 proizvodnih lokacija.

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 distributivnim centrima u Zagrebu, Splitu, Rijeci i Osijeku te respektabilnim portfeljem principala poput kompanije Wrigley, Procter & Gamble, Johnson & Johnson i dr.

S otvaranjem predstavničkog ureda u Bosni i Hercegovini 2001. godine, kompanija je postala regionalna kompanija a u idućim godinama osnovane su i vlastite kompanije za distribuciju u Srbiji, Makedoniji i Sloveniji.

* Regija obuhvaća Hrvatsku, Sloveniju, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Makedoniju, Crnu Goru i Kosovo osim ako nije drugačije navedeno.

Akvizicijom kompanije Cedevita d.o.o. 2001. godine, Atlantic Grupa je osim distributivne postala i proizvodna kompanija.

Izlazak iz regionalnih okvira je uslijedio 2005. godine preuzimanjem njemačkog proizvođača prehrane za sportaše Multipower, čime Atlantic Grupa stupa na europsko tržište i postaje međunarodna kompanija. U 2006. godini 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 akvirirati 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 objedinjenog pod zajedničkim nazivom Farmacia.

Prekretnicu u poslovanju kompanije predstavlja njezina najveća akvizicija kompanije s razvijenim portfeljem brendova iz vlastitog proizvodnog programa i vodećim tržišnim pozicijama na regionalnim tržištima - Droga Kolinska d.d. Okončanjem akvizicije u 2010. godini, te uspješnom izvršenjem složenog procesa integracije njena poslovanja i postojeći sustav kompanije, Atlantic Grupa je stasala u jednu od vodećih prehrambenih kompanija u regiji.

Poslovanje kompanije u postakvizicijskom razdoblju obilježio je proces sveobuhvatne integracije, među kojima je svakako najupečatljiviji bio proces vezan uz distribucijsko-logističke aktivnosti. Izvršenje procesa spajanja distribucijskog poslovanja dviju kompanija u pojedinačnim distribucijskim entitetima na svakom regionalnom tržištu rezultiralo 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 iskorištavanja postojećih proizvodnih kapaciteta. 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 konsolidacija informacijske tehnologije na razini cijele Grupe. Uspješno provedeni navedeni procesi integracije, izvršeni do konca 2013., transformirali su Atlantic Grupu u snažnog regionalnog proizvođača i distributera te je stvoren čvrsti temelj za daljnji razvoj i širenje njezina poslovanja.

NACIONALNA KOMPANIJA

- 1991. Osnivanje društva Atlantic Trade d.o.o. i razvoj distribucije robe široke potrošnje
 - Zasnivanje suradnja s kompanijom Wrigley
- 1992. Otvorenje Distributivnog centra Split
- 1994. Otvorenje distributivnih centara Osijek i Rijeka
- 1996. Suradnja s kompanijom Procter & Gamble
- 1997. Ulaganje u distributivni sustav Ataco u Bosni i Hercegovini
- 1998. Lansiranje Montane, prvog hrvatskog sendviča sa produljenom svježinom za široku distribuciju
- 1999. Zasnivanje suradnje s kompanijom Johnson & Johnson



REGIONALNA KOMPANIJA

- 2001. Osnivanje predstavničkog ureda u Bosni i Hercegovini
 - Osnivanje distributivne kompanije Atlantic Trade d.o.o. Srbija
 - Akvizicija društva Cedevisa d.o.o.
 - Zasnivanje suradnje s kompanijom Ferrero
- 2002. Osnivanje društva Atlantic Grupa d.o.o.
- 2003. Akvizicija društva Neva d.o.o.
 - Osnivanje distributivne kompanije Atlantic Trade Skopje d.o.o.
- 2004. Osnivanje distributivne kompanije Atlantic Trade d.o.o. Ljubljana
 - Akvizicija brenda Melem



EUROPSKA KOMPANIJA

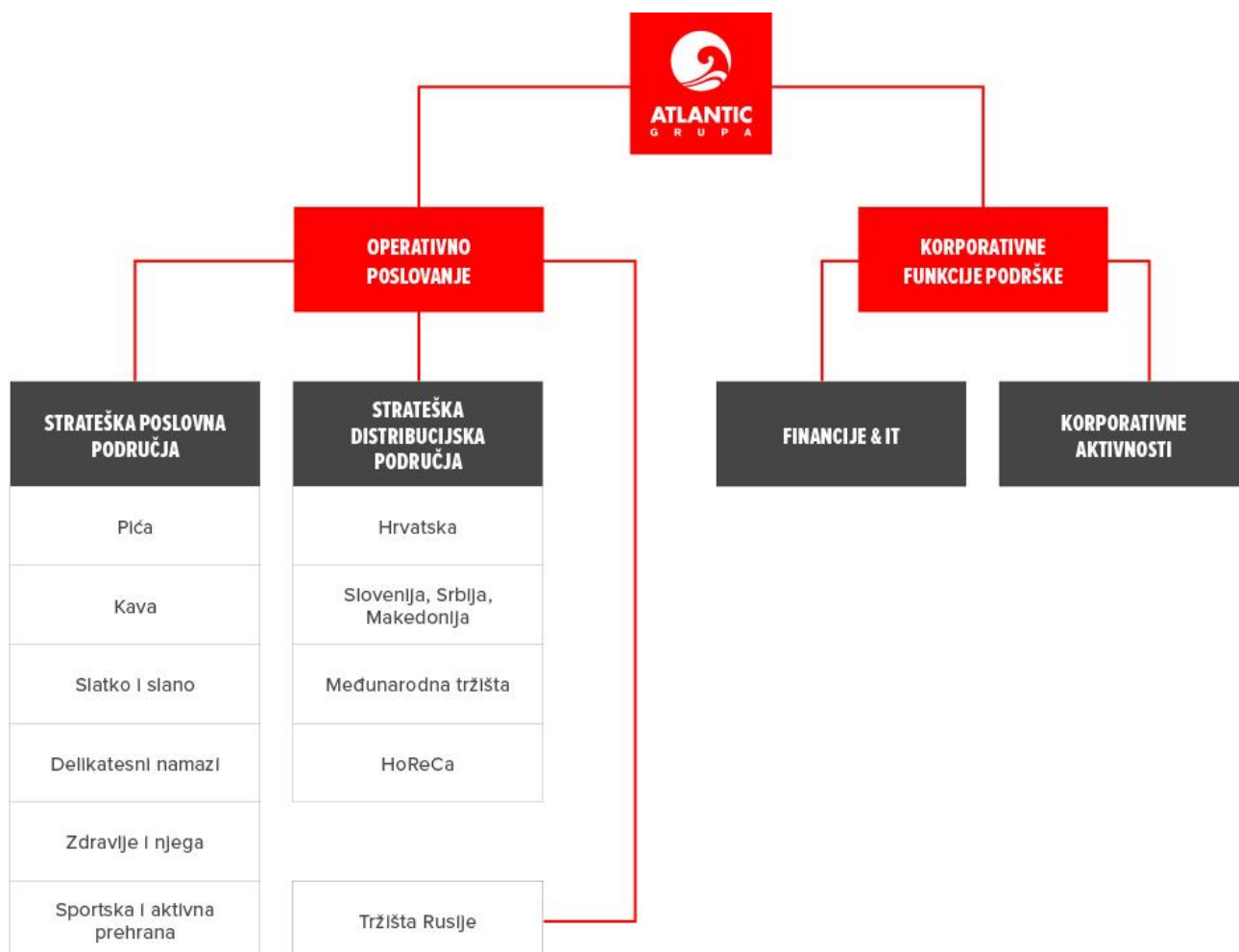
- 2005. Akvizicija njemačkog proizvođača prehrane za sportaše Multipower
- 2006. Osnivanje predstavničkog ureda u Moskvi
 - Transformiranje Atlantic Grupe u dioničko društvo
- 2007. Akvizicija kompanije Fidifarm d.o.o.
 - Akvizicija kompanije Multivita d.o.o.
 - Ulistanje dionica društva Atlantic Grupa d.d. na uređeno tržište Zagrebačke burze
- 2008. Akvizicije ljekarni i formiranje ljekarničkog lanca Farmacia
- 2010. Akvizicija kompanije Droga Kolinska d.d.
 - Akvizicija društva Kalničke Vode Bio Natura d.d.
- 2013. Zasnivanje suradnje s kompanijom Unilever



ORGANIZACIJSKA STRUKTURA

Organizacija poslovanja Atlantic Grupe sastoji se od dva osnovna segmenta:

- Operativnog poslovanja i
- Korporativnih funkcija podrške.



Operativno poslovanje Atlantic Grupe kroz 2013. 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:

- Strateško poslovno područje (SPP):
 - Kava,
 - Slatko i slano,
 - Delikatesni namazi,
 - Pića,
 - Zdravlje i njega,
 - Sportska i aktivna prehrana.

- Strateško distribucijsko područje (SDP):
 - Hrvatska,
 - Slovenija, Srbija i Makedonija,
 - HoReCa ,
 - Međunarodna tržišta.
- Tržište Rusije.

Svako poslovno područje ima internu organizacijsku strukturu koja se, ovisno o djelatnosti i opsegu poslovanja, sastoji od organizacijskih cjelina: poslovnih jedinica, organizacijskih jedinica i odjela. Uz Strateška poslovna područja i Strateška distribucijska područja, segment Operativnog poslovanja kompanije obuhvaća i funkcije Centralne nabave, Centralnog marketinga i Korporativnog upravljanja kvalitetom, kako bi se iskoristile sve sinergije unutar sustava i osigurala učinkovita koordinacija poslova u nabavi, marketingu i osiguranju kvalitete te uspostavili jedinstveni standardi na razini cijele Grupe.

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, a podijeljene su na:

- Korporativne aktivnosti i
- Financije i Informacijske tehnologije (IT).

Strateška korporativna funkcija podrške Korporativne aktivnosti obuhvaća odjele Ljudskih resursa, Korporativnih komunikacija, Pravnih poslova, Investicijskog održavanja i Korporativne sigurnosti.

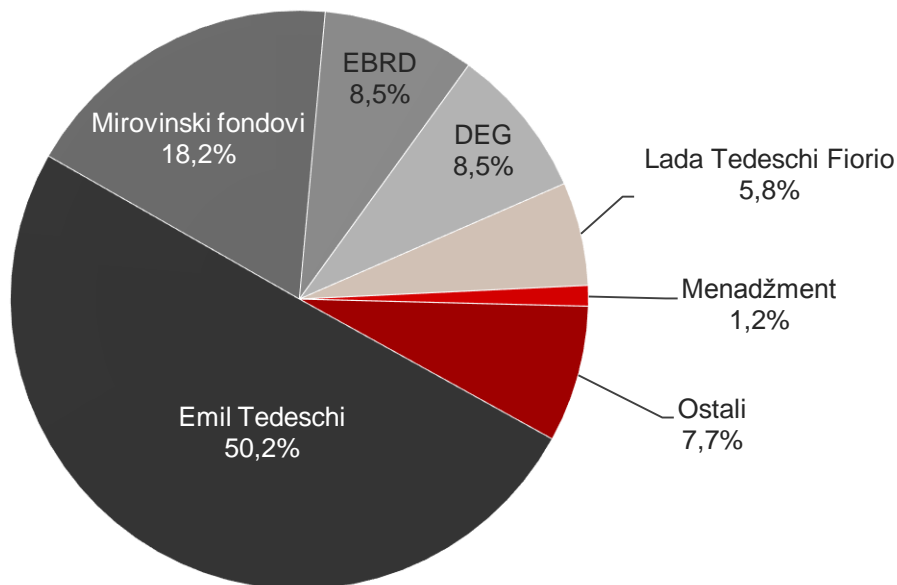
Strateška korporativna funkcija podrške Financije i Informacijske tehnologije (IT) obuhvaća područja Poslovnog razvoja, Korporativnog izvještavanja i konsolidacije, Korporativnog kontrolinga, Korporativnih poreza, Korporativne riznice te strateško upravljanje Informacijskom tehnologijom (IT).

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

VLASNIČKA STRUKTURA

Nastavno na provedenu dokapitalizaciju u 2010. godini, ukupan broj dionica Atlantic Grupe iznosi 3.334.300, a iste su uvrštene na Službeno tržište Zagrebačke burze (ZSE) pod oznakom ATGR-R-A.

Vlasnička struktura na 31.12.2013.



Pregled 15 najvećih dioničara Atlantic Grupe d.d. na 31.12.2013.

Redni broj	Dioničar	broj dionica	% vlasništva
1.	Emil Tedeschi	1.673.819	50,2%
2.	Raiffeisen obvezni mirovinski fond	323.500	9,7%
3.	Europska banka za obnovu i razvoj - EBRD	284.301	8,5%
4.	Njemačka razvojna banka - DEG	283.209	8,5%
5.	Tedeschi Fiorio Lada	193.156	5,8%
6.	AZ obvezni mirovinski fond	142.204	4,3%
7.	Raiffeisen dobrovoljni mirovinski fond	48.162	1,4%
8.	PBZ Croatia Osiguranje obvezni mirovinski fond	45.436	1,4%
9.	Erste Plavi obvezni mirovinski fond	38.304	1,1%
10.	Neven Vranković	19.233	0,6%
11.	PBZ d.d./The Bank of New York as custodian	15.203	0,5%
12.	Mladen Veber	13.240	0,4%
13.	PBZ d.d./CN LTD.	13.212	0,4%
14.	Zbirni skrbnički račun za UniCredit bank Austria AG	11.176	0,3%
15.	OTP banka d.d./INS683	9.972	0,3%



ODGOVORNOST

prema ljudima, brendovima, okolini i težnja ka vrhu

KORPORATIVNO UPRAVLJANJE ATLANTIC GRUPE

IZJAVA POTPREDSJEDNIKA UPRAVE ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI



Atlantic Grupa se tijekom više od dva desetljeća razvila u uspješan poslovni sustav s tvrtkama u regiji jugoistočne Europe, na europskom Zapadu, jednako kao i Istoku. Odgovornost za nas predstavlja osjećaj i načelo ponašanja koje kao integralni dio strategije razvoja prati naš kontinuirani rast. U odnosu prema svim dionicima, naša odgovornost je konstanta od početka do danas, a rastom i širenjem poslovanja istom dinamikom se širi i spektar odgovornosti prema unutarnjem i izvanjskom okruženju te svijest o mogućnostima i potrebi vlastitog utjecaja na unapređenje općih uvjeta oko nas. U Atlanticu posebnu pažnju posvećujemo izgradnji jedinstvene korporativne

kulture koja uvažava svaku vrstu individualnih različitosti te potiče suradnju i sinergije između različitih segmenata proizvodnje, inovacija, marketinga i prodaje. „Prirodno drugačiji“, slogan je koji povezuje sve različitosti unutar sustava, počivajući na tri osnovna prirodna elementa: sunce (strast), val (kreativnost) i planina (odgovornost). Kreiranjem zdravog i poticajnog radnog okruženja našim zaposlenicima nastojimo omogućiti više od radnog mjesta – mnogi programi razvijeni unutar sustava posvećeni su razvoju ljudskih potencijala i karijera u kompaniji, kao i upravljanju učinkom i shodnim nagrađivanjem izvrsnih rezultata.

Od svog osnutka Atlantic Grupa poslovne aktivnosti temelji na Kodeksu korporativnog upravljanja kojim su, osobito od izlaska na Burzu 2007., značajno unaprijeđeni standardi transparentnosti poslovanja u skladu s direktivama EU i pozitivnim hrvatskim zakonodavstvom. Dosljednom primjenom načela Kodeksa, razvijamo se i djelujemo u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastojimo svojom poslovnom strategijom, politikom i praksom te ključnim internim aktima doprinijeti učinkovitom poslovanju i kvalitetnim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djelujemo. Atlantic Grupa također je potpisnik Kodeksa etike u poslovanju, a od 2007. pridružili smo se i UN-ovoj inicijativi Global Compact.

Kad govorimo o brizi za okoliš, možemo reći da se ona u našem sustavu s konzistentnim EMS-om (Environmental Management System) proširila od lokalnog pristupa do korporativne razine, s glavnim fokusom na održivost i zaštitu budućnosti. Glavnim aktivnostima u ovom području, koje potiču iz tri dimenzije – okoliš i energetska učinkovitost, ljudi i društvo te upravljanje, Atlantic Grupa je napravila značajan iskorak prema održivosti. Sustav održivog upravljanja okolišem temelji se na dobro promišljenoj i ekonomičnoj upotrebi prirodnih izvora, koristeći ekološki prihvatljivije tehnologije u proizvodnji, smanjenju otpada i manjoj potrošnji energije i vode. Međunarodni certifikat o upravljanju okolišem ISO 14001 dokazuje da je naš sustav upravljanja okolišem usklađen sa standardima najbolje prakse.

Konačno, Atlantic Grupa je, kao dio šire zajednice u kojoj funkcionira, svjesna važnosti i potrebe vlastitog utjecaja na unapređenje općih društvenih uvjeta, promocije pravih vrijednosti i potrebe da dio vlastitog profita

uloži u zajednicu. Osim donacijskih projekata u širokom spektru, značajna je i naša sponzorska djelatnost, primarno kad je riječ o promociji sporta i zdravog načina odrastanja i življenja. Najveći sustavan, strukturirani i sveobuhvatan angažman u tom smislu ulažemo u podršku projektima kao što je košarkaški klub Cedevita, gdje osim u kapacitetu glavnog sponzora, kroz školu košarke koja okuplja više od tisuću djece i mladih nastojimo među novim generacijama promovirati prave vrijednosti. Atlantic Grupa također je aktivan sudionik i organizator niza humanitarnih akcija, a sustavno pomažemo cijeli niz organizacija i udruženja koja se bave zaštitom i pomoći ugroženim socijalnim skupinama.

Neven Vranković,

Potpredsjednik Grupe za Korporativne aktivnosti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'N. Vranković', written in a cursive style.

KORPORATIVNO UPRAVLJANJE

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. Radi donošenja odluka o pitanjima određenima zakonom i Statutom Društva, dana 20. lipnja 2013. 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, dopuni predmeta poslovanja, odgovarajućoj izmjeni Statuta Društva, izboru revizora za tekuću poslovnu godinu te odluka o isplati dividende dioničarima Društva razmjerno broju dionica kojih su imatelji, u iznosu od 9,00 kuna po dionici. Sve odluke s održane Glavne skupštine objavljene su u skladu sa zakonskim propisima te su dostupne na internet stranicama Atlantic Grupe (www.atlanticgrupa.com) i Zagrebačke burze (www.zse.hr).

NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE

Atlantic Grupa dioničko društvo ima Nadzorni odbor koji broji sedam članova. Tijekom 2013. godine Nadzorni odbor je održao četiri sjednice, u skladu s prethodno objavljenim Kalendarom održavanja istih, koji se nalazi na internet stranicama Društva (www.atlanticgrupa.com) i Zagrebačke burze (www.zse.hr).

Članovi Nadzornog odbora Društva su:



Zdenko Adrović/Predsjednik

Zdenko Adrović, jedan od vodećih stručnjaka u hrvatskoj financijskoj industriji, od 1996. godine je predsjednik 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. Diplomirao je Ekonomiju na

Fakultetu za vanjsku trgovinu Sveučilišta u Zagrebu, gdje je i magistrirao na području korporativnih financija, usavršavajući se na sveučilištima u SAD-u i Ujedinjenom Kraljevstvu.



Lada Tedeschi Fiorio/Zamjenica predsjednika

Lada Tedeschi Fiorio karijeru u Atlanticu započinje 1997. godine na mjestu zamjenice direktora Financija. Kao potpredsjednica za poslovni razvoj imala je važnu ulogu u pregovorima s potencijalnim ulagačima tijekom različitih Atlanticovih akvizicija te u postupku inicijalne javne ponude 2007. godine. Transformacijom Atlantic Grupe u dioničko društvo, imenovana je Zamjenikom predsjednika Nadzornog odbora te danas također vodi Odbor za investicije. Prije dolaska u Atlantic 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.



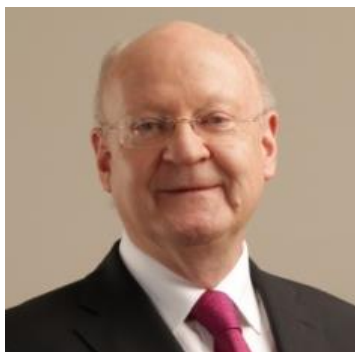
Željko Perić/Član

Željko Perić je jedan od vodećih hrvatskih stručnjaka za spajanja i preuzimanja s bogatim iskustvom na vodećim menadžerskim funkcijama. Osnivač je i direktor konzultantske tvrtke Caper, specijalizirane za područje spajanja i preuzimanja te strateško savjetovanje. Prije uspješne karijere nezavisnog konzultanta, bio je predsjednik Uprave Lure u periodu u kojem se tvrtka usmjerila na širenje u zemlji i regiji. Prethodno je bio član Uprave Plive te je sudjelovao u velikom broju složenih projekata u vrijeme najdinamičnijeg razvoja kompanije. Prije toga radio je kao direktor projekata u Ingri, direktor financija u Hidroelektri te u Ministarstvu vanjskih poslova Republike Hrvatske. Diplomirao je vanjsku trgovinu na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu, a usavršavao se na Sveučilištu Harvard te školama Management Center Europe (Bruxelles), IMD (Lausanne) i IEDC (Bled).



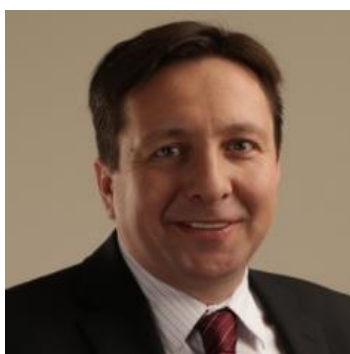
Siniša Petrović/Član

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.



Franz-Josef Flosbach/Član

Franz-Josef Flosbach je istaknuti stručnjak koji je većinu svog radnog vijeka, od 1975. godine, proveo u njemačkoj razvojnoj banci DEG (koja je od 2001. godine dio grupacije German KFW- Bankengruppe, Frankfurt, Njemačka). U DEG-u je obnašao funkciju Direktora za razvoj i upravljanje portfeljem za područja Europe, Bliskog Istoka i središnje Azije. Prije karijere u DEG-u, Franz Josef Flosbach radio je kao stariji savjetnik u kompaniji Treuhand- Vereinigung AG / Coopers & Lybrand GmbH, današnjem Price Waterhouse Coopers-u, s posebnim fokusom na aktivnosti spajanja i preuzimanja. Njegove poslovne specijalnosti u najvećem se dijelu odnose na financijske usluge, restrukturiranje i privatizaciju, joint ventures i dr. u različitim područjima industrije, kao što su banke, financijske institucije, prerađivačke industrije i turizam te u privatnim oblicima poduzetništva. Od 2013. godine g. Flosbach se nalazi u mirovini, tijekom koje obavlja dužnost članstva u nadzornim odborima pet renomiranih kompanija u regiji. Franz-Josef Flosbach diplomirani je industrijski inženjer koji je studij završio na Tehničkom fakultetu Darmstadt u Njemačkoj.



Aleksandar Pekeč/Član

Saša Pekeč je izvanredni profesor na Fuqua School of Business Sveučilišta Duke. Ekspert je iz područja managorskog 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 Saše Pekeča uključuju bankarsku, internet, farmaceutsku, prodajnu i telekomunikacijsku industriju. Doktorirao je na sveučilištu Rutgers, a diplomirao na Sveučilištu u Zagrebu. Profesor Pekeč je član Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike Hrvatske.



Vedrana Jelušić-Kašić/Član

Vedrana Jelušić Kašić je Direktorica hrvatskog ureda Europske banke za obnovu i razvoj (EBRD). Prije preuzimanja dužnosti Direktorice EBRD-a za Hrvatsku, upravljala je investicijama EBRD-a u sektoru hrane, pića i maloprodaje u jugoistočnoj Europi. U tijeku 15-godišnje karijere u EBRD-u zaključila je preko 40 transakcija vrijednih preko milijardu eura u jugoistočnoj Europi, ZND-u i Rusiji. Vodila je projekte s ključnim regionalnim i multinacionalnim kompanijama te vodećim bankama u regiji. Bogato radno iskustvo stjecala je u uglednim organizacijama, kao što su Raiffeisen bank Austria d.d. Zagreb, Merrill Lynch Private Client Group u Boston, Massachusettsu, Hrvatskoj narodnoj banci i Središnjoj agenciji za vrijednosne papire u Italiji, Monte Titoli S.p.A., Milano. Diplomirala je ekonomiju na Sveučilištu u Zagrebu, usavršavala se na bečkom Institutu za Ekonomske znanosti, te magistrirala na Brandeis University u Massachusettsu, SAD. Koautorica je knjige o međunarodnom računovodstvu te autorica brojnih stručnih članaka u nacionalnim

poslovnim publikacijama. U srpnju 2013. godine stekla je diplomu Non-Executive Director od strane londonskog Financial Times-a.

Članovi Nadzornog odbora Društva nagrađeni su za svoj rad te imaju pravo na nagradu koja je primjerena poslovima koje obavljaju te stanju i poslovanju društva. U 2013. godini članovi Nadzornog odbora Atlantic Grupe d.d. su po navedenoj osnovi zaprimili naknadu u ukupnom bruto iznosu od 1.005.851,04 kune.

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 ima tri člana, od kojih su dva imenovana iz reda članova Nadzornog odbora, dok je jedan član imenovan 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 tih ciljeva. Komisiji predsjedava Siniša Petrović, iz redova Nadzornog odbora imenovana je kao član Vedrana Jelušić Kašić, a kao vanjski stručnjak Hrvoje Markovinović.

Komisija za imenovanje i nagrađivanje predlaže kandidate za članstvo u Upravi, Nadzornom odboru i rukovodeći kadar kompanije te predlaže sadržaj ugovora sa članovima Uprave te strukturu njihova nagrađivanja i nagrađivanja članova Nadzornog odbora. Komisiji predsjedava Željko Perić, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Aleksandar Pekeč, dok je iz reda vanjskih stručnjaka, odlukom Nadzornog odbora od dana 09. prosinca 2013. godine nakon završetka mandata članu Komisije Goranu Radmanu, za novog člana Komisije izabran Zoran Sušanj.

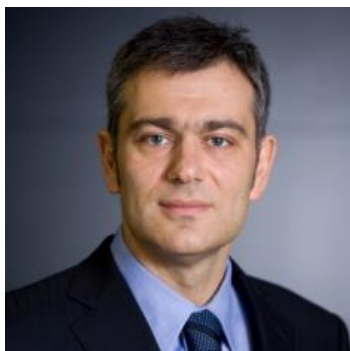
Komisija za reviziju detaljno analizira financijske izvještaje, pruža podršku računovodstvu društva te uspostavlja dobre i kvalitetne interne kontrole u Društvu. Prati integritet financijskih informacija društva, a osobito ispravnost i konzistentnost računovodstvenih metoda koje koristi društvo i grupa 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 njima na odgovarajući način upravlja. Komisiji predsjedava Lada Tedeschi Fiorio, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Franz-Josef Flosbach, dok je kao vanjski stručnjak izabran Marko Lesić.

Članovi predmetnih Komisija, koji nisu ujedno i članovi Nadzornog odbora, za svoj rad i doprinos funkcioniranju Nadzornog odbora Atlantic Grupe u 2013. godini ostvarili su pravo na naknadu u ukupnom bruto iznosu od 21.912,94 kune.

UPRAVA ATLANTIC GRUPE

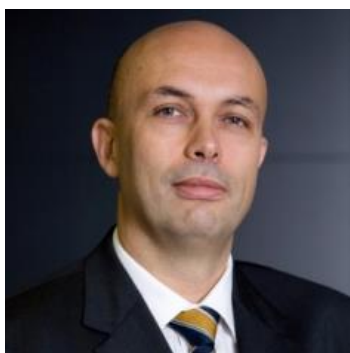
Upravu Atlantic Grupe čine Predsjednik i Potpredsjednici Grupe. Tijekom 2013. godine održano dvadeset sjednica Uprave.

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 za posebne zasluge u gospodarstvu. Sudjelovanjem u radu Nacionalnog parlamentarnog odbora za praćenje pregovora bio je aktivno uključen u proces približavanje Hrvatske Europskoj uniji, bio je član Gospodarsko-socijalnog vijeća, a od 2005. do 2007. godine izvršavao je dužnost Predsjednika HUP-a. Član je INSEAD Alumni udruženja, Programskog vijeća Zagrebačke škole ekonomije i menadžmenta, Poslovnog savjeta Ekonomskog fakulteta u Ljubljani, Savjeta Sveučilišta u Rijeci, Vijeća povjerenika Moskovskog nacionalnog instituta za međunarodne odnose i Rochester instituta za tehnologiju u Dubrovniku. Potpredsjednik je Nadzornog odbora RTL Hrvatska i počasni konzul Irske u RH. Od 2010. godine član je Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike.



Mladen Veber/Stariji Potpredsjednik za Operativno poslovanje

Mladen Veber se Atlanticu pridružio 1996. godine na mjestu direktora Distribucijskog centra Rijeka, a kao generalni direktor Ataca (partnerske tvrtke u BiH) dao je ključan doprinos u njegovom razvoju u jednog od vodećih distributera u BiH. U srpnju 2001. godine imenovan je za potpredsjednika Atlantic Tradea zaduženog za upravljanje robnim markama i međunarodna tržišta. 2006. godine je izabran za starijeg potpredsjednika nadležnog za operativno poslovanje Atlantic Grupe. Od 2001. godine član je Vijeća udruženja trgovine Hrvatske Gospodarske Komore. Predsjednik je Uprave košarkaškog kluba Cedevita. Diplomirao je na Fakultetu strojarstva i brodogradnje Sveučilišta u Zagrebu, a usavršavao se na poslovnoj školi IEDC Bled.



Neven Vranković/Potpredsjednik 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 akvizicija stjecao je na poslovnoj školi INSEAD u Francuskoj.



Zoran Stanković/Potpredsjednik za Financije i Informacijsku tehnologiju

Zoran Stanković se Atlantic Grupi pridružuje u veljači 2007. godine na mjestu potpredsjednika za Financije, u čijoj su nadležnosti i IT funkcije. 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 Hrvatskog udruženja ovlaštenih računovođa, kao i međunarodnog udruženja The Association of Chartered Certified Accountants. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

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 i naknade po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava. Isplata godišnjeg dodatka uvjetovana je ostvarenjem planiranih rezultata poslovanja u iznosu od najmanje 95% plana EBT konsolidirane Atlantic Grupe za poslovnu godinu. Pod pretpostavkom ispunjenja ugovornih kriterija, članovima Uprave se isplaćuje iznos ostvarene bonus naknade kroz Opcijski program stjecanjem vlastitih dionica Atlantic Grupe. Predsjedniku Uprave cjelokupan iznos bonus naknade isplaćuje se u novcu,
- polica životnog osiguranja koju za članove Uprave ugovara Atlantic Grupa kod respektabilnih osiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj, s godišnjom premijom od 8.250,00 kuna,
- polica osiguranja osoba od posljedica nesretnog slučaja (nezgode) s godišnjom premijom od 8.300,00 kuna,
- dobrovoljno zdravstveno osiguranje u koji sustav su uključeni članovi Uprave, čime im Atlantic Grupa, kao ugovaratelj osiguranja, uz godišnju premiju od 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, ako mu se ista isplaćuje,
- ugovorna kazna – u slučaju kršenja zabrane takmičenja, 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,
- obavljanje ostalih aktivnosti člana Uprave, 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., može obavljati isključivo temeljem prethodnog odobrenja Uprave društva Atlantic Grupe,
- 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 šest prosječnih mjesečnih bruto plaća člana Uprave i bruto naknada po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava 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.

U 2013. godini članovi Uprave Atlantic Grupe d.d., su po osnovi plaće i naknade za članstvo u Nadzornom odboru operativnih društava te godišnjeg bonusa, zaprimili ukupan bruto iznos od 13.758.172,01 kuna. Od navedenog iznosa Predsjednik Uprave Emil Tedeschi je u 2013. godini po osnovi plaće, naknade za članstvo u Nadzornom odboru operativnih društava te godišnjeg bonusa zaprimio bruto iznos od 3.298.523,25 kuna.

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, Stariji Potpredsjednik Grupe za Operativno poslovanje, Potpredsjednik Grupe za Financije i Informacijsku tehnologiju, Potpredsjednik Grupe za Korporativne aktivnosti, te rukovoditelji Strateških poslovnih područja i Strateških distribucijskih područja, Stariji izvršni direktor za regionalno upravljanje ključnim kupcima i prodaju u Hrvatskoj, Generalni tajnik, Izvršni direktori Centralne nabave, Ljudskih resursa i Korporativnog kontrolinga, te Voditelj Odbora za investicije.

POSLOVNI ODBORI

Odbor za Investicije pomaže Upravi pružanjem stručne analize i mišljenja za strateške odluke o akvizicijama kompanija, brendova, dijelova poslovanja ili prodaje postojećih organizacijskih dijelova poslovanja te svih pojedinačnih investicijskih projekata vrijednosti veće od 2 milijuna eura. Odbor za investicije vodi Savjetnik Uprave, a članovi su Direktor Interne revizije i Direktor Korporativne riznice.

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 resursa, Direktor Korporativnih komunikacija i Direktor Korporativnog osiguranja kvalitete.

PRIMJENA NAČELA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA

Atlantic Grupa od svog osnutka, odnosno uvrštenja na Zagrebačku burzu, svoje poslovne aktivnosti temelji na Kodeksu korporativnog upravljanja Atlantic Grupe kojim su standardi transparentnosti poslovanja usklađeni s hrvatskim zakonodavstvom i zakonodavstvom Europske Unije. Navedenim Kodeksom Atlantic Grupa je definirala procedure za rad Nadzornog odbora, Uprave i drugih organa i struktura nadležnih za odlučivanje, osiguravajući tako izbjegavanje sukoba interesa, efikasan unutarnji nadzor i učinkoviti sustav odgovornosti. Istim je regulirana i obveza javnog objavljivanja podataka u kategorijama cjenovno osjetljivih informacija, sve u nastojanju da se osigura jednakost postupanja prema dioničarima i transparentnost informacija za postojeće i buduće investitore. U skladu s dosljednom primjenom načela Kodeksa, Atlantic Grupa se razvija i djeluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastoji svojom poslovnom strategijom, poslovnom politikom, ključnim internim aktima i poslovnom praksom doprinijeti transparentnom i učinkovitom poslovanju i kvalitetnijim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djeluje.

S obzirom na činjenicu da su dionice Atlantic Grupe d.d. uvrštene na uređeno tržište Zagrebačke burze, Atlantic Grupa primjenjuje važeći Kodeks korporativnog upravljanja Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga i Zagrebačke burze. Sukladno pozitivnim zakonskim propisima Atlantic Grupa je za 2013. 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 javno je objavljena na internet stranici društva (www.atlanticgrupa.com) kao i na službenim internet stranicama Zagrebačke burze (www.zse.hr).

Osim navedenog, 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 odgovorno i etično ponašanje prema drugim tvrtkama na tržištu te na razvoj kvalitetnih odnosa i lojalne konkurencije.

SPONZORSTVA I DONACIJE

Atlantic Grupa je kao dio šire zajednice u kojoj funkcionira, svjesna važnosti i potrebe vlastitog utjecaja na unapređenje općih društvenih uvjeta, promocije pravih vrijednosti i u konačnici potrebe da dio vlastitog profita uloži u zajednicu. Osim donacijskih projekata u širokom spektru, značajna je i njezina sponzorska djelatnost, primarno kad je riječ o promociji sporta, gdje se najveća sredstva i angažman ulažu u podršku projektima kao što su košarkaški klub Cedevita. Atlantic Grupa aktivan je sudionik i organizator niza humanitarnih akcija, a sustavno se pomaže cijeli niz organizacija i udruženja koja se bave zaštitom i pomoći ugroženim socijalnim skupinama.

SPORT

- KK Cedevita
- Planica-skijaški skokovi

- Ljubljanski maraton
- Zagrebački maraton
- Hrvatski olimpijski odbor
- Hrvatski košarkaški savez
- Giro d'Italia
- RK Krim
- Cannondale Pro Tour Italija- pro cycling team
- Kitesurf world cup
- Triatlon Challenge BCN&Mallorca, Challenge Roth

Košarka



Košarkaški klub Cedevita nastavlja biti perjanica Atlanticovih sponzorstava. Atlantic Grupa se aktivno uključila u promoviranje košarke kao važnog sporta od nacionalnog interesa dovođenjem sve boljih igrača i trenera, kao i u promociju robne marke Cedevita prema kojoj je preimenovan klub. Ono što je posebno važno i na čemu se gradi uspjeh ovog projekta je posebna podrška Atlantic Grupe u financiranju, organizaciji i upravljanju Košarkaške akademije kluba koja okuplja preko 700 djece. Klub i Akademija aktivno rade u 24 škole košarke u zagrebačkim osnovnim školama, osiguravajući tako budućnost ovog sporta jednako kao i mogućnost zdrave i korisne aktivnosti u slobodno vrijeme. Zahvaljujući sponzorstvu Atlantic Grupe, kao i naporima za okupljanjem dodatnih sponzora oko KK Cedevite, klub je danas jedna od najperspektivnijih momčadi u hrvatskoj i regionalnim ligama.

Angažmanom kompanije kroz poticanje publike na podršku igračima, u svrhu ostvarenja što boljih sportskih rezultata, pojačan je interes medija za košarkaška događanja čime su učinjeni značajni napori u popularizaciji sporta u širokoj javnosti. Atlantic Grupa podupire i krovni savez - Hrvatski košarkaški savez, čime se želi pružiti dodatni impuls osnaživanju ovog sporta.



Multipower (biciklizam, bodybuilding, ekstremni sportovi)



Društveno odgovorno djelovanje Atlantic Grupa shvaća kao princip koji prakticira u svim zemljama gdje je prisutna sa svojim poslovnim subjektima. Tako je značajna Atlanticova sponzorska djelatnost kroz brend sportske prehrane Multipower. Multipower je u 2013. godini, uz standardnu dugogodišnju potporu košarci, među ostalima, sudjelovao kao sponzor i u sportovima kao što su biciklizam, bodybuilding, triatlon, iron man natjecanja, ragbi, trčanje, ali i nekim ekstremnim natjecanjima kao što su parkour, planinsko trčanje i kitesurfing. Među

najznačajnijim suradnjama ističe se talijanska biciklistička utrka Giro d'Italia te podrška sportašima kao što su Gunter Schlierkamp u bodybuildingu, ragbi zvijezda Ben Foden kojeg Multipower opskrbljuje svojim proizvodima te mu pomaže u što uspješnijem savladavanju sportskih uspjeha i Eneko Llanos u Iron Man natjecanjima.

Ostali sportovi: skijaški skokovi, maraton, rukomet



S brendovima Cockta, Cedevida, Argeta, Multipower, Smoki i Barcaffé, Atlantic Grupa već dugi niz godina podupire natjecanje u skijaškim skokovima na Planici. U 2013. godini Cockta je na Planici proslavila 60. godišnjicu, a slavije su dopunili Cocktini ambasadori – Peter Prevc s dva treća mjesta i ekipa Slovenije ekipnom pobjedom u poletima.

Također, Atlantic Grupa podupire i Skijaški savez Slovenije - alpsku i nordijsku reprezentaciju unutar koje su Tina Maze i Peter Prevc izglasani za najbolje sportaše u Sloveniji u

protekloj godini koji s brendovima Argeta i Cockta osvajaju vrijedne nagrade na Svjetskom skijaškom kupu.

S brendom Smoki Atlantic Grupa je u 2013. godini sponzorirala jubilarni 20. Dječji maraton u Beogradu želeći promovirati sport i zdrav način života. Također, Smoki je podupro i dječje nogometno natjecanje Žogarija Loptarija uz poruku da je izuzetno važno da se talent za sport kod djece prepozna i maksimalno podrži.

Rukometni klub Krim Ljubljana, skijaško natjecanje Zlata lisica u Mariboru, NK Lokomotiva, hamburški maraton, natjecanje u odbojci na pijesku u Umagu, također su na listi značajnih Atlanticovih aktivnosti kojima Atlantic Grupa podupire promociju sportskih vrijednosti.

KULTURA I ZNANJE

- Sarajevo Film Festival
- Špancirfest
- Zabavni događaj za mlade - Ritam mladosti
- Veseli Božićni tramvaj
- Twitomanija
- Slovenski književni sajam
- Liffe - Ljubljanski međunarodni filmski festival



Atlantic Grupa je i u 2013. godini podržala 19. Sarajevo film festival (SFF) kao centralnu kulturnu manifestaciju u regiji, ponovno ne samo kao sponzor Festivala nego i kao partner posebnog festivalskog projekta Sarajevo Grad filma. Riječ je o projektu koji mladim filmašima iz široko interpretirane regije pruža prvu priliku za rad u potpuno profesionalnim uvjetima. Projekt se s jedne strane brine o budućnosti mladih profesionalaca, s druge strane o budućnosti regionalne filmske industrije, a s treće o

budućnosti festivala.

U skladu s nastojanjem da surađuje s institucijama na području edukacije djece i mladeži, Atlantic Grupa je u Beogradu bila pokrovitelj Junior Achievement Serbia i završnog natjecanja srednjoškolaca iz čitave regije pod nazivom "Poslovni izazov zapadnog Balkana". Pokroviteljstvo je imalo za cilj doprinijeti obrazovanju mladih u području poduzetništva, biznisa i finansijske pismenosti.

Također, Atlantic Grupa je podržala Školu za talente i Zmajevе dječje igre, koje su jedan od najvećih festivala za djecu u Novom Sadu, nazvan po Jovanu Jovanoviću Zmaju, jednom od najpoznatijih srpskih pjesnika i pisaca dječje književnosti.





S brendom Grand kafa, Atlantic Grupa je u Srbiji podržala projekt Unicefa "Škola protiv nasilja", Stand up fest, Geek week - festival nauke, Aiesec Serbia - Career days, ali i Fakultet organizacijskih nauka i njihovo sudjelovanje u Case study-u svjetskog prvenstva. Tu je i već tradicionalno pokroviteljstvo Konaka Kneginje Ljubice koji ima status kulturne tradicije od izuzetnog značaja. U skladu sa nastojanjem da kulturu uključi u svoj koncept uživanja u kavi – Grand kafa je nastavila podržavati kulturne manifestacije poput festivala "Sarajevo ljubavi moja", "Splitski Đir" i druge.

SOCIJALNO UGROŽENE SKUPINE

- Centar za odgoj i obrazovanje Dubrava
- Slovenska banka hrane
- Crveni križ
- Lions klub Forum
- Forum poslovnih lidera

Atlantic Grupa je i u 2013. godini nastavila suradnju s Centrom za odgoj i obrazovanje Dubrava. Pet godina za redom Atlantic Grupa ulaže u obnovu Centra te je do sada obnovljen niz sportskih objekata uključujući sportsku dvoranu i plivačku dvoranu Centra. S ciljem da djeci s poteškoćama u razvoju olakša svakodnevicu Atlantic Grupa je donirala novu opremu za rehabilitaciju.

S robnom markom Cockta u suradnji sa slovenskim Lions klubom Forum, Atlantic Grupa je i u 2013. godini sudjelovala u humanitarnoj akciji prikupljanja sredstava za povećanje broja aktivnosti slijepih i slabovidnih osoba u sportskim, rekreacijskim, kulturno umjetničkim aktivnostima, razvoju i obrazovanju te njihovo kvalitetnije uključivanje u zajednicu.

Voditi brigu o interesima ugroženih populacija i prilagođavati se njihovim potrebama osnovni je motiv planiranih donacija Štarka pa je tako u Srbiji i tokom 2013. godine nastavljena suradnja s ustanovama za zbrinjavanje djece bez roditeljske skrbi, s



ustanovama za djecu s posebnim potrebama, za slijepu i slabovidnu djecu i djecu s invaliditetom za koje je tijekom godine osigurana donacija proizvoda i dodjela paketića.

Donacije su bile osigurane i za zdravstvene ustanove: Univerzitetsku dječju kliniku Beograd, Specijalnu bolnicu za cerebralnu paralizu i Kliniku za rehabilitaciju dr. Miroslav Zotović, dok su Domu zdravlja Ljubovija dodijeljena sredstava za kupovinu potrebnog aparata.

Volonterski tim Atlantic Grupe u Srbiji već je pet godina redovni sudionik tradicionalne akcije Foruma poslovnih lidera pod nazivom "Naš Beograd", pa je tako i ove godine dao svoj doprinos na Kalemegdanu gdje je uz volontere iz desetak kompanija uređivao ovaj znameniti gradski park. Atlantic Grupa u Srbiji je članica Foruma poslovnih lidera, koji predstavlja prvu i jedinu mrežu kompanija u Srbiji posvećenih društvenoj odgovornosti i svojim aktivnostima doprinosi daljem razvoju društveno odgovornih projekata i razmjeni iskustava u dosadašnjoj praksi.

DAN VRIJEDNOSTI (Value Day)

- Udruga Debra, Zagreb
- Azil Spas, Varaždin
- Dom Moše Pijade, Beograd
- Centar Janeza Levca, Ljubljana
- Dom umirovljenika, Izola



uređivanju ureda – bojenju zidova, ograda, sadnji cvijeća... Time smo demonstrirali naše vrijednosti – sunce, planinu i val – simbole strasti, odgovornosti i kreativnosti te se podsjetili da naš posao nije samo posao, već način na koji djelujemo u zajednici.



Početak rujna proslavili smo naš Dan vrijednosti kada je više od tisuću Atlantikovaca u Ujedinjenom Kraljevstvu, Italiji, Njemačkoj, Španjolskoj, Rusiji, Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Srbiji i Makedoniji obilazilo djecu s posebnim socijalnim potrebama, domove umirovljenika, pomagalo u radu nevladinih organizacija ili institucija. Raščišćavali smo divlje deponije smeća u svojim lokalnim zajednicama te interno pomagali jedni drugima u



ODRŽIVI RAZVOJ I ZAŠTITA OKOLIŠA U 2013. GODINI

Naša briga za okoliš proširila se od lokalnog pristupa do korporativne razine s konzistentnim EMS-om (Environmental Management System) i s glavnim fokusom na zaštitu budućnosti. Povezivanjem aktivnosti koje su u tijeku i potiču iz tri dimenzije – okoliš i energetska učinkovitost, ljudi i društvo te upravljanje – Atlantic Grupa je napravila značajan iskorak prema održivosti.

Upravljanje okolišem na pojedinim lokacijama Atlantic Grupe ima dugu tradiciju. Nekim lokacijama je certifikat upravljanja okolišem ISO 14001 dodijeljen prije više od 10 godina. Glavni cilj na području upravljanja okolišem



u zadnje vrijeme bio je ujednačenje prakse na svim lokacijama Atlantic Grupe. To se postiglo ujednačenim korporativnim pravilima, ujednačenim pokazateljima uspješnosti i učinkovitosti, zelenim timom, internim edukacijama i dobrom komunikacijom. U prvom koraku do cilja sustava upravljanja okolišem uspješno su integrirane proizvodne lokacije u regiji. U 2013. godini se sustav upravljanja okolišem proširio na svih 15 proizvodnih lokacija i distribuciju Atlantic Grupe. Na taj način su bili ostvareni uvjeti za prijelaz na sustav održivog upravljanja okolišem Atlantic Grupe. Međunarodni certifikat o upravljanju okolišem ISO 14001 dokazuje da je naš sustav upravljanja okolišem, EMS, usklađen sa standardima najbolje prakse.

Naš korporativni EMS napravljen je na način da osigura kontinuirano poboljšanje našeg učinka na okoliš. Temeljni elementi ovog EMS-a su:

- Opredjeljenje top menadžmenta i definirane odgovornosti,
- Identificiranje utjecaja na okoliš,
- Komuniciranje politike upravljanja okolišem,
- Postavljanje ciljeva, programa i planova u zaštiti okoliša,
- Redovni ciklus revizije.

U cilju da se smanji utjecaj na okoliš i da održimo razinu održivosti, postavili smo ključne ciljeve u zaštiti okoliša:

- Racionalizacija potrošnje goriva i vode,
- Smanjenje otpada i porast prakse odvajanja otpada,

- Omogućavanje usklađenosti sa zakonima o zaštiti okoliša,
- Stvaranje korporativne kulture naklonjene zaštiti okoliša.

Ciljane vrijednosti 2013. godine su bile u osnovi i postignute.

I na području metodologije mjerenja uspješnosti i učinkovitosti djelotvornosti procesa upravljanja okoliša u zadnje vrijeme napravljen je korak naprijed. U Atlantic Grupi smo pored uobičajenih pokazatelja okolišnog učinka - KPI (Key Performance Indicators), koje zahtijeva norma ISO 14001, počeli upotrebljavati i dodatne indikatore održivog razvoja iz preporuka dokumenta GRI (Global Reporting Initiative) koji omogućavaju uravnotežen pogled na djelatnosti zaštite okoliša i šire gledano na djelatnosti održivog razvoja.

U brizi za očuvanju okoliša optimizacijom korištenja prirodnih resursa te unapređenjem tehnologija i procesa rada, u 2013. godini smo u Atlantic Grupi prihvatili novi izazov. Počeli smo s implementacijom sustava upravljanja energijom (EnMS – Energy Management System) kao nadogradnju korporativnog sustava upravljanja okolišem. Glavna namjera je postizanje neprekidnog poboljšavanja na području energetske učinkovitosti, učinkovitije korištenje i trošenje energije. U prvoj fazi smo izradili energetske preglede određenih proizvodnih lokacija koji će biti osnova za definiranje organizacijskih i investicijskih mjera za sniženje troškova, smanjenje emisije CO₂ i ostalih negativnih utjecaja na okoliš.

Širenje principa održivog razvoja se održava na tri područja – kod zaposlenika Atlantic Grupe, u poslovnim procesima i kod dobavljača. Pored svakodnevne brige za okoliš zaposlenici Atlantic Grupe se intenzivnije uključuju u aktivnosti održivog razvoja u okviru tradicionalnog Value day-a – dana podizanja korporativnih vrijednosti. U okviru unapređenja poslovnih procesa kao dobar primjer želimo istaknuti proces razvoja novih proizvoda gdje je posebna pažnja posvećena mogućnosti korištenja ambalaže koja je prihvatljivija za okoliš, zatim primjer smanjenja težine odnosno količine ambalaže i odabir djelomično recikliranih ambalažnih materijala. A u nabavnom procesu s uključenjem kriterija zaštite okoliša u proces odabiranja dobavljača postigli smo proširenje brige za okoliš izvan "četiri zida" korporacije.

U 2013. godini možemo na području zaštite okoliša ispostaviti nekoliko projekta i aktivnosti:

- U proizvodnji pića Droge Kolinske je za proizvodnju bezalkoholnih pića započeto iskorištavanje vode iz provrta i gradnja skladišta opasnih tvari,
- U Nevi i Fidifarmu je započeto s iskorištavanjem podzemne vode za hlađenje u proizvodnom procesu s namjerom smanjenja potrošnje gradske vodoopskrbe,
- Krajem godine započeto je s pripremama za uvođenje reciklirane PET ambalaže za proizvodnju Cockte,
- Akcija sakupljanja otpadnih plastičnih čepova u dobrotvorne svrhe proširila se s lokalne na regionalnu razinu.

KONTROLA KVALITETE

Od samog početka razvoja novog ili tijekom usavršavanja postojećeg proizvoda nastoji se postići standardno visoka razina kvalitete proizvoda Atlantic Grupe, prepoznatljiva potrošaču.

Kontinuirano praćenje znanstvenih istraživanja i legislative Europske Unije i svih drugih ciljnih tržišta te njihova primjena od samog nastanka proizvoda osiguravaju potrošaču kvalitetne i zdravstveno sigurne proizvode. Za ostvarivanje ovako složenih ciljeva neizbježan je proaktivan angažman stručnjaka iz segmenta istraživanja i razvoja te osiguranja kvalitete. U proizvodnji zdravstveno



sigurnih proizvoda važnu ulogu imaju: izbor polaznih materijala (bez toksičnog i alergičnog djelovanja, bez GMO, usklađenih s REACH uredbom i sl.), kontrola kvalitete svih ulaznih sirovina i materijala, praćenje svih faza proizvodnje i potvrđivanje kvalitete gotovih proizvoda.

Opsežne aktivnosti Društva na području kontrole kvalitete upravljaju se s korporativnog nivoa u odjelu Korporativno upravljanje kvalitete, a izvršavaju ih odjeli Osiguranja kvalitete unutar strateških poslovnih područja i odgovorne osobe za osiguranje kvalitete unutar strateških distribucijskih područja. Takva složenost organizacije omogućava:

- koordinirano praćenje zakonske regulative,
- implementaciju najbolje prakse,
- optimalno unapređenje i korištenje ekspertnog znanja s područja mikrobioloških, kemijskih i drugih vrsta opasnosti,
- centralizirano upravljanje dobavljačima po pitanju kvalitete ulaznih materijala,
- jedinstveni pristup s uravnoteženim ciljevima kvalitete proizvoda svih vlastitih robnih marki i nadzor cijelog lanca od prijema materijala do predaje proizvoda kupcu,
- specijalizaciju sustava osiguranja kvalitete po specifičnosti problematike pojedinih strateških poslovnih područja u segmentima proizvoda pića, delikatesni namazi, slatki i slani proizvodi, dječja i sportska hrana, kozmetički proizvodi i lijekovi,
- sljedivost i održavanje visoke razine kvalitete u fazama transporta, skladištenja i distribucije do kupca.

Laboratorijska ispitivanja ulaznih materijala, poluproizvoda i gotovih proizvoda provode se u tri centralna laboratorija, koja su specijalizirana za kemijska, senzorička i mikrobiološka ispitivanja s vrhunskom mjernom opremom. Pravilnost mjernih rezultata redovno se potvrđuje metodom suradnje unutar međunarodnog međulaboratorijskog ispitivanja. Preventivni program za nadzor opasnosti u prehrambenim proizvodima predviđa redovni monitoring na prirodne i tehnološke polutante: ostatke pesticida, teške metale, alergene, mikotoksine, alkaloida, PAH-e i dioksine, nitrata, farmakološko aktivne tvari i kontaminante migracije i kontaktne ambalaže. Za te vrste ispitivanja koriste se vanjske usluge akreditiranih i specijaliziranih laboratorija. Monitoring je orijentiran na ulazne materijale i prilagođen je procjeni rizika dobavljača. Rezultati za 2013. godinu pokazuju da je sustav nadzora efikasan i da su sve opasnosti pod nadzorom. Posebna pažnja u 2013. godini bila je stavljena na mikotoksin M1, zbog problematike čestog pojavljivanja u mliječnim sirovinama na nekim tržištima i različitosti najviših dozvoljenih granica po regulativi. S pojačanim monitoringom u našim sirovinama i aktivnom komunikacijom s dobavljačima uspješno smo savladali i taj rizik.

U 2013. godini naši stručnjaci su podijelili svoja iskustva na dva stručna skupa. Obradene su bile sljedeće teme:

- planiranje ciljeva i planiranje aktivnosti za postizanje ciljeva,
- važnost dobre komunikacije u postupcima rješavanja kriznih situacija.

Osim toga provedeno je nekoliko edukacija unutar internog programa Škola kvalitete s područja dobre higijenske prakse i sustava upravljanja sigurnosti proizvoda.

Podrška poslovanju na području osiguranja kvalitete su napredna informacijska rješenja: SAP modul kontrole kvalitete implementiran je na tržištu Slovenije i Hrvatske, a ostale lokacije koriste po istom modelu razvijena interna IT rješenja na sličnim platformama. Krajem 2013. godine počeli smo snimati SAP rješenja tržišta Slovenije i Hrvatske, da bi izašli s jednim standardom za QM modul, koji bi dugoročno postepeno išao u implementaciju po svim proizvodnim lokacijama. Prva aplikacija će biti proces kontrole kvalitete u novoj tvornici energetskih pločica (projekt Nova Gradiška).

Efikasnost procesa osiguranja kvalitete procijenjena je na osnovu postizanja ciljnih vrijednosti za ključne indikatore: broj reklamacija potrošača i broj povlačenja proizvoda s tržišta. Jako se trudimo kako bi dobili što više komentara od naših potrošača te su u 2013. godini zaživjeli besplatni telefoni (Call centers) na svim tržištima koji sada dodatno doprinose komunikaciji. Sve reklamacije riješili smo na zadovoljstvo kupaca, a u proizvodnom procesu odredili smo efikasne korektivne radnje kako bi se spriječilo ponavljanje problema.

Ukupan broj reklamacija potrošača je bio povećan od prethodnih godina ponajviše uslijed grešaka koje su se događale na linijama naših ugovorenih proizvođača te su već tijekom godine uvedene korektivne radnje za popravlanje kvalitete.

Mišljenja smo da će se u 2014. godini, s implementacijom navedenih poboljšanja, godišnji broj reklamacija vratiti na razinu prethodnih godina te da će se tako zadovoljiti očekivanja naših potrošača.

Svi prehrambeni proizvodi na tržištu koji su bili uključeni u monitoring ispitivanja zdravstvene ispravnosti, ili od strane inspeksijskih službi ili unutar internog nadzora, identificirani su kao zdravstveno ispravni. Opoziva hrane s tržišta nije bilo. Jedan proizvod lijeka s aktivnom komponentom bio je prepoznat kao neusuglašen te je povučen. U četiri primjera smo se odlučiti odraditi preventivno povlačenje proizvoda jer nismo bili zadovoljni s kvalitetom serija.

S ciljem još boljih rezultata u 2014. godini uvodi se mjesečna komunikacija na relaciji korporativne kvalitete i svih odjela osiguranja kvalitete u poslovnim programima da bi ubrzali prijenos dobre prakse.

Značajan napredak u 2013. godini je napravljen na područjima upravljanja sigurnosti i kvalitete proizvoda u distribucijskom djelu poslovanja s hranom. Uvedeni su HACCP sustavi na svim tržištima distribucije i značajno je poboljšana sljedivost proizvoda u lancu, što omogućuje bržu pripremu podataka o kupcima i komunikaciju s njima. Najveća centralna skladišta su certificirana po normama za sigurnost hrane te je nastojano dobre higijenske skladišne prakse implementirati i u dislocirana skladišta.

INTEGRALNI SUSTAV UPRAVLJANJA KVALITETOM, OKOLIŠEM I SIGURNOŠĆU HRANE

Godina 2012. je bila prva godina djelovanja cjelovitog integriranog sustava upravljanja procesima, uvedenog na korporativnom nivou Atlantic Grupe, odnosno svih operativnih kompanija unutar Grupe. Implementacija procesnog pristupa i standardizacija korporativnih procesa nastavljene su i tijekom 2013. godine.

Posebna pažnja posvećena je:

- praćenju efikasnosti procesa kroz definiranje jedinstvenih ključnih pokazatelja uspješnosti,
- implementaciji definiranih procedura za korporativne procese,
- upravljanju nesukladnostima,
- standardizaciji KPI za procese Tehnološkog razvoja novog proizvoda i Proizvodnje,
- odabiru, ocjeni i monitoringu dobavljača usluga.

INTEGRIRANA CERTIFIKACIJA

2012. godine je započet veliki projekt implementacije integriranog sustava upravljanja kvalitetom i okolišem. Cilj je bila integrirana certifikacija svih članica Atlantic Grupe.

Projekt je uključivao novi inovativni pristup certifikaciji, implementaciju tzv. "Multi site" certifikacijskog modela. Zajedno s partnerom, certifikacijskom kućom DNV, model je prilagođen specifičnostima Atlantic Grupe.



U ožujku 2013. godine uspješno je provedena prva integrirana certifikacija Atlantic Grupe. Certifikacija se odvijala dva tjedna istovremeno na pet tržišta, 15 različitih lokacija i 15 pravnih subjekta Atlantic Grupe. Svi

zajednički korporativni procesi su revidirani u sjedištu kompanije u Zagrebu, a zatim je praćena i njihova implementacija na svim lokacijama.

Obitelj certifikata Atlantic Grupe:

Pravni subjekt	Tržište	Standard kvalitete	Standard za sigurnost i kvalitetu hrane	Standard za sigurnost hrane	Ekološki standard	Dobra proizvođačka praksa
Atlantic Grupa	Hrvatska	ISO 9001			ISO 14001	
Cedevita (Planinska)	Hrvatska	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	
Cedevita (Apatovec)	Hrvatska	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	
Neva	Hrvatska	ISO 9001			ISO 14001	
Montana	Hrvatska	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	
Fidifarm	Hrvatska	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	GMP
Atlantic Trade	Hrvatska			HACCP		
Bionatura	Hrvatska			HACCP		
Droga Kolinska (Ljubljana)	Slovenija	ISO 9001			ISO 14001	
Droga Kolinska (Mirna)	Slovenija	ISO 9001			ISO 14001	
Droga Kolinska (Rogaška)	Slovenija	ISO 9001			ISO 14001	
Droga Kolinska (Izola)	Slovenija	ISO 9001	FSSC 22000		ISO 14001	
Argeta	BiH		FSSC 22000		ISO 14001	
Kofikom Product	BiH	ISO 9001			ISO 14001	
Soko Štark (Smoki)	Srbija	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	
Soko Štark	Srbija	ISO 9001			ISO 14001	
Palanački kiseljak	Srbija	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	
Grand Prom	Srbija	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	
Atlantic Brands	Srbija			HACCP		
Atlantic Multipower	Njemačka	ISO 9001	IFS			
Droga Kolinska (Skopje)	Makedonija	ISO 9001			ISO 14001	

Naša obitelj kontinuirano se mijenja i obogaćuje. Tako je u rujnu 2013. godine uključen jedan novi certifikat, GMP za dodatke prehrani, u kompaniji Fidifarm.

Za sljedeći ciklus certifikacija koji će se odvijati u veljači 2014. godine planira se:

- Integracija svih logistika u procesni pristup,
- ISO 14001 u Multipoweru i logistici,

- FSSC 22000 u punionicama u Hrvatskoj i Sloveniji,
- GMP u Kozmetici (ISO 22 716).

KONTINUIRANA EDUKACIJA

U području upravljanja kvalitetom, Atlantic Grupa kontinuirano ulaže u edukaciju svojih zaposlenika. Škole kvalitete 2013. godine uključile su preko 30 radionica grupiranih u nekoliko tematskih skupina:

- integrirani sustav upravljanja procesima (procesni pristup, metode za unaprjeđenje procesa),
- sigurnost i kvaliteta proizvoda (GHP, GMP, DDD),
- upravljanje okolišem.

Tema godine bila je unaprjeđenje procesa upravljanja nesukladnostima.

Na svim lokacijama Atlantic Grupe provedene su radionice na temu upravljanja nesukladnostima i alatima koji pomažu za otkrivanje uzroka nesukladnosti.

LJUDSKI RESURSI U 2013. GODINI



Tijekom 2013. godine nastavili smo s provođenjem svih procesa započetih i implementiranih u 2012. godini. Sistematizaciju radnih mjesta nadopunili smo s novom razinom unutar obitelji poslova, kao i s novim karijernim smjerom. Godinu 2013. smo završili s 4.228 zaposlenih na 11 tržišta.

U 2013. godini uspješno je nastavljen projekt Korporativna kultura na nivou cijele Grupe. Kao dio projekta proveden je program "Pohvali kolegu" u kojem su svi zaposlenici mogli nominirati kolegu i/ili tim za koji misle da na najbolji način promovira korporativne vrijednosti kompanije. Program se pokazao veoma uspješnim te će se i nadalje kontinuirano provoditi na godišnjoj razini.

Krajem 2013. godine predstavili smo i novi projekt Naturally Caring na nivou cijele Grupe, čija je namjena bila osvijestiti privrženost koja nas povezuje s kolegama na poslu.

Ponovno je proslavljen i naš Dan vrijednosti kad se više od tisuću Atlantikovaca u Ujedinjenom Kraljevstvu, Italiji, Njemačkoj, Španjolskoj, Rusiji, Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini, Srbiji i Makedoniji odazvalo društveno korisnim aktivnostima: doprinijelo se čišćenju javnih površina (parkova, šuma, zelenih površina oko

firme), obilazila su se djeca s posebnim potrebama te su pomagalo udrugama za napuštene životinje. Time su se na najbolji mogući način demonstrirale vrijednosti kompanije – strast, odgovornost i kreativnost, koje se poistovjećuju sa simbolima sunca, planine i vala. Tog dana su se Atlantikovci podsjetili da je naš posao nešto više od samog posla – da je on i način na koji djelujemo u zajednici.



Strast (simbol Sunce)



Odgovornost (simbol Planina)

Krajem 2013. godine započeli smo s procesom recertifikacije te vjerujemo da ćemo zadržati visoki standard i potvrditi status Poslodavac Partner koji ostvarujemo prethodnih godina.

Proces upravljanja učinkom (U3) nastavlja treću godinu zaredom, a novitet je to što je početkom 2013. godine kompletirana implementacija HRnet modula za upravljanje učinkom te je cijeli proces godišnjeg ocjenjivanja i isplate bonusa informatiziran i proveden kroz sustav.

Na području planiranja broja i troškova zaposlenika napravljeni su veliki pomaci u smislu definiranja procesa, uređenja sustava prikupljanja podataka, komunikacije s ostalim odjelima uključenim u proces te praćenju i izvještavanju o troškovima. Uspostavljen je sustav mjesečnog izvještavanja te bolja mogućnost korištenja povijesnih podataka o karijeri prilikom planiranja. Za predstojeće razdoblje planira se još jača integracija, odnosno uvezivanje s ostalim procesima kroz HR-net kao što su zapošljavanje, razvoj i upravljanje karijerom.

HRIS - HRnet

Početkom 2013. godine implementiran je HRnet, informatički sustav pod nadležnošću odjela Ljudskih resursa i putem kojeg su objedinjene sve informacije o zaposlenima u Atlantic Grupi. Među mnogim prednostima koje novi HRnet sustav obuhvaća su smanjena administracija te značajnija angažiranost zaposlenika u ključne procese upravljanja ljudskim resursima.

HRnet sustav u osnovi obuhvaća svu kadrovsku administraciju, upravljanje godišnjim odmorima, putovanjima kao i sve napredne procese kao što su proces upravljanja učinkom, proces upravljanja razvojem zaposlenika, upravljanje regrutiranjem i selekcijom, upravljanje talentima i karijerama, itd. Lansiranjem ovog softverskog

U vrijeme gospodarske krize kada se najbolje kompanije prepoznaju po svojoj sposobnosti nalaženja novih pristupa proizvodnji, distribuciji te krajnjem potrošaču, Atlantic Grupa je unaprijedila program koji ima za cilj promovirati ideju da svaki pojedinac unutar kompanije može svojim jedinstvenim uvidom doprinijeti rastu i razvoju tvrtke. Program INNOWAVE, čije ime dolazi od riječi inovacija i val, simbolizira jedan od naših temeljnih korporativnih vrijednosti - kreativnost. Veliko slovo A simbolizira Atlantic, nešto što nas sve drži zajedno.

Kreativnost (simbol Val)



rješenja na jednom mjestu su objedinjeni svi važni HR procesi dostupni kroz jednostavnu aplikaciju i na usluzi za više od 4.200 zaposlenika Grupe.

LEARN DEVELOPMENT@AG



Vještine vođenja – liderske kompetencije "L E A R N" čine temelj za sve edukacijske/razvojne programe kreirane za određene grupe i/ili posebne potrebe učenja.

AG liderske kompetencije su one kompetencije koje su procijenjene kao centralne, odnosno esencijalne za uspjeh kompanije i kao takve vrijede za sve zaposlenike. U svom opisu imaju definirana očekivana ponašanja za različite razine upravljanja: upravljanje samim sobom, upravljanje drugima te

upravljanje timovima.

Leadership L E A R N development@AG akademija djeluje od listopada 2012. godine i realizira se u suradnji ljudskih resursa Grupe i najboljih lokalnih i regionalnih ponuđača edukacija. Inovativan pristup razvoju, učenje na temelju metafora umjetnosti, sporta i znanosti, personaliziran pristup polaznicima, samo su neke od odlika ovog programa.

S obzirom na različite skupine korisnika programa i njihove razvojne potrebe, programi se definiraju i izvršavaju na grupnom nivou ili definiraju na grupnom, ali izvršavaju na lokalnom nivou ili i definiraju i izvršavaju na lokanom nivou.



CUTTING EDGE dizajniran je na način da potakne strast, viziju i inspiraciju vodstva Atlantic Grupe kako bi još spremnije dočekali promjene koje će donijeti moderno poslovanje i pretvorili ih u Atlanticove strateške prednosti. Program je suvremeno dizajniran na način da obuhvaća kreativan sadržaj i stimulativnu metodologiju učenja. Kroz serije interaktivnih "action-based" radionica, posjete drugim kompanijama i predavanja poznatih poslovnih

stručnjaka, polaznici razvijaju sveobuhvatniju svijest o samom poslovanju, prioritetima Atlantic Grupe i njenom strateškom pozicioniranju te dobivaju uvid u srž strateških izazova s kojima se susreću ili će se susretati multinacionalne kompanije u 21. stoljeću.

Program je namijenjen članovima Strateškog poslovnog vijeća, a do sada se izvodio u suradnji s IEDC poslovnom školom, Bled, Slovenija (www.iedc.si) i Centrom za kreativni leadership (www.ccl.org), jednim od najbolje rangiranih globalnih izvođača edukacija za top management.

INSPIRE je program namijenjen senior managementu, a ima za cilj definiranje zajedničkog pristupa upravljanju postojećim resursima i sposobnostima tima u internacionalnom okruženju u kojem Atlantic Grupa posluje. Program je sačinjen od serija modula koji se izvode u suradnji s poznatim poslovnim školama (IEDC, Bled, Slovenija), a uključuje i rad na projektima od strateškog značaja za Atlantic Grupu.

LEAD i MANAGE su sveobuhvatni programi namijenjeni srednjem i nižem managementu. Koncipirani su na način da razvijaju temeljna načela vodstva prema definiranim LEARN kompetencijama a realiziraju se kroz suradnju s vanjskim suradnicima, prema ujednačenom programu i na svim tržištima Atlantic Grupe. Program LEAD dodatno je u 2013. godini sadržavao i "business foundation" dio koncipiran kao mini MBA i koji je realiziran u suradnji sa Cotrugli poslovnom školom (www.cotrugli.eu).

U 2012. i 2013. godini u LEARN akademiju uključeno je oko 450 voditelja, a ukupno zadovoljstvo polaznika ocijenjeno je ocjenom 4,4 od maksimalnih 5.

U 2013. godini realiziran je i prvi ciklus ADVENTURE programa namijenjenog mladim profesionalcima i managerima koji imaju ukupno 2-5 godina radnog iskustva od čega minimalno 1 godinu u Atlantic Grupi. Nakon procesa aplikacije i velikog interesa zaposlenika, procesom selekcije, izabrano je 20 sudionika programa koji su u timovima od po 4 člana radili na projektnim prijedlozima – temama relevantnim za Atlantic Grupu. Okosnica programa bio je njihov osobni razvoj. Naglasak je bio na učenju rada u internacionalnim timovima, građenje mreže poznanstava sa senior managementom, vrhunskim stručnjacima i kolegama iz cijele Atlantic Grupe, dobivanje uvida u poslovanje općenito i u specifičnosti poslovanja Atlantic Grupe, a isto tako im se, u suradnji sa Cotrugli poslovnom školom, osigurala podrška u smislu dobivanja teorijskog znanja potrebnog za realizaciju projektnih prijedloga. Završni dio programa bile su prezentacije projektnih prijedloga članovima Strateškog poslovnog vijeća. Nakon prezentacija, odlučeno je da se ide u realizaciju dva od pet predloženih projekata i u doradu jednog od projektnih prijedloga s velikim potencijalom. Svim sudionicima programa se, neovisno o tome da li sudjeluju u implementacijama svojih projekata, definira detaljan karijerni/individualni razvojni plan koji se prati u redovitim vremenskim intervalima.

U 2013. godini, kao dio novog HRIS sustava HRnet-a, implementiran je i modul Moj Razvoj koji podržava koncept razvoja Atlantic Grupe po modelu 70-20-10 (70% On the-job, 20% Coaching i Mentorstvo, 10% Trening). Svim razvojnim aktivnostima, na razini cijele Atlantic Grupe, upravlja se putem modula.

Osim liderskih kompetencija u Atlantic Grupi, definirane su i funkcionalne kompetencije, procijenjene kao kritične za uspjeh pojedinih funkcionalnih područja grupiranih prema okviru za sistematizaciju poslova, odnosno kroz obitelji posla. Razvoj funkcionalnih kompetencija podržavat će Funkcionalna akademija koja s radom počinje u travnju 2014. godine.

UPRAVLJANJE TALENTIMA - TALENT MANAGEMENT



Unutar Atlantic Grupe upravljanje talentima predstavlja oblik upravljanja ljudskim kapitalom – dugoročan, sveobuhvatan i integriran pristup podupiranju i ojačavanju temeljnih kompetencija kompanije. Generalni cilj projekta je uvođenje strukturiranog procesa identifikacije, odabira, razvoja i zadržavanja talenata/nasljednika za sadašnje i buduće potrebe

Atlantic Grupe, a po uspostavi modela na nivou cijele populacije zaposlenih očekuje se osigurati visoko fleksibilnu i okretnu organizaciju kroz stvaranje održivog slijeda rukovodećeg kadra na svim razinama.

Temeljne koristi:

- Osiguravanje kontinuiteta poslovanja kroz upravljanje sukcesijom,
- Priznanje, motivacija i zadržavanje najboljih ljudi,
- Platforma za strateško odlučivanje pri upravljanju ljudima.

Unutar procesa svaki sudionik (sponzor, nadređeni voditelj, zaposlenik i upravljanje ljudskim resursima) ima svoju ulogu i odgovornost, a od svih se sudionika očekuje aktivan angažman kako bi se osigurao uspjeh provedbe.

Centralni događaj projekta “Organization & people“ panel ima za svrhu procjenu kvalitete učinka i razine potencijala za preuzimanje poslova složenije odgovornosti kod zaposlenika.

Temeljem procjene dobivenih rezultata i kvalitete provedbe pilot projekta proces je ocijenjen kao visoko koristan alat pri upravljanju ljudima te je proces implementiran na široj korporativnoj razini u drugom kvartalu 2013. godine.

ANGAŽIRANOST ZAPOSLENIKA - ENGAGEMENT

Kao i prethodne, i ove godine je provedeno istraživanje o angažiranosti u koju su bili uključeni svi zaposlenici Atlantic Grupe na svim tržištima, a analizu rezultata i izvještaje provela je vanjska savjetodavna kuća. Provedeni akcijski planovi na temelju rezultata iz 2012. godine efikasno su prihvaćeni među zaposlenicima te je prema rezultatima 2013. godine došlo do pozitivne promjene. Indeks angažiranosti služi i kao sastavni dio godišnje procjene učinka menadžera i kao takav je pokazatelj uspješnog upravljanja ljudima. Planirano je i ubuduće provoditi ovakvo istraživanje na godišnjoj razini kako bi se mogli pratiti rezultati ciljanih akcija i kako bi se osiguralo da svi zaposlenici daju svoj osvrt na rad u kompaniji.



STRAST

**iskazujemo u odnosu prema našim brandovima,
kolegama i klijentima**

OPERATIVNO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE

IZJAVA STARIJEG POTPREDSJEDNIKA UPRAVE ZA OPERATIVNO POSLOVANJE



Atlantic Grupa danas djeluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija koja objedinjuje proizvodnju, razvoj, distribuciju i prodaju proizvoda za široku potrošnju. Kontinuiranim ulaganjem u proizvodna postrojenja, razvojem novih procesa, praćenjem najsuvremenijih tehnologija te edukacijom proizvodnog i prodajnog osoblja, Atlantic Grupa je postala jedan od najdinamičnijih poslovnih sustava u regiji, pa i šire, s internacionalizacijom poslovanja kao glavnim strateškim smjerom razvoja.

Prisutnost na širokom spektru europskih tržišta, osobito u pogledu alokacije proizvodnih kapaciteta, omogućuje nam da razmjerno jednostavno možemo servisirati svako

pojedinačno tržište. Naše tvornice su smještene od Njemačke, Slovenije, Hrvatske preko Srbije i Bosne i Hercegovine do Makedonije, a naš asortiman u regiji ima snažnu podršku vlastitih distribucijskih kapaciteta, dok na drugim tržištima surađujemo sa stručnim distributerima koji dijele našu predanost i vrijednosti. Sve to je omogućilo ambiciozne planove razvoja, posebice na Zapadu i Istoku Europe te zemljama ZND-a.

Glavni nositelji strateškog procesa internacionalizacije naše su robne marke s najvećim internacionalnim potencijalom – Argeta, Donat Mg, Multipower, Cedevita GO! i Bebi. Argeta je u protekloj godini dokazala status perjanice asortimana, ulaskom na tržište Španjolske, odličnim prodajnim rezultatima u Austriji te značajnim rastom u Rusiji. Donat Mg je novim dizajnom dodatno unaprijedio pretpostavke za rast, dok je Multipower proširio asortiman na tržištu Njemačke i Austrije, a na tržištu Španjolske povećao prisutnost u distribucijskim kanalima. Pojačanim fokusom na sport, rekreaciju i zdravu prehranu Multipower je organizacijski, operativno i komunikacijski ostvario pomake koji predstavljaju stabilan temelj za dugoročni razvoj sportske i aktivne prehrane i jačanje pozicije u ovom segmentu.

Krajem rujna 2013. godine započeto je ulaganje u novu tvornicu za proizvodnju energetskih pločica iz asortimana sportske i aktivne prehrane smještenu u Novoj Gradišci. Riječ je o projektu ukupne vrijednosti od 120 milijuna kuna koji će u prvoj godini proizvodnje otvoriti 50, a uz planirani rast poslovanja u konačnici 160 novih radnih mjesta. Nakon potrebnih priprema, početak gradnje tvornice planira se u travnju 2014. godine, a prvi proizvodi s novih linija na tržištu se očekuju u prvom kvartalu 2015. godine. Ovim projektom nastavlja se provođenje strategije izmještanja dijela proizvodnje temeljnog asortimana od ugovornih proizvođača u vlastite pogone, u okviru koje je prethodnih godina punjenje Multipower napitaka prebačeno od trećih strana u našu tvornicu u Rogaškoj, a Cockte u Hrvatskoj u vlastiti pogon u Apatovcu.

U svim poslovnim područjima tijekom godine lansirali smo nove proizvode, a širenje i jačanje distribucijskog poslovanja kao jedan od strateških ciljeva okrunjeno je ugovorom o distribuciji Unilevera, jednog od vodećih

svjetskih proizvođača robe široke potrošnje, za područje Slovenije i Hrvatske. Ugovor je, promatrajući ukupnu godišnju vrijednost prodaje portfelja na tim tržištima, vrijedan ukupno 32 milijuna eura. Preuzimanjem Unileverovog distributivnog portfelja na hrvatskom i slovenskom tržištu Atlantic Grupa je potvrdila status vodećeg distributera u regiji, koji nudi najvišu razinu distribucijske usluge uz visoku realizaciju distribucijskih parametara.

Kvalitetu naših proizvoda dodatno dokazuje istraživanje agencije Valicon prema kojoj se brendovi Argeta, Cedevita, Cockta i Smoki na osnovi prepoznatljivosti, iskustva i korištenja nalaze među top 10 brendova regije. Takvo priznanje nas raduje te ujedno i obvezuje na kontinuirane napore za unapređenje kvalitete kako bismo nastavili opravdavati povjerenje potrošača.

Mladen Veber,

Stariji potpredsjednik Grupe za Operativno poslovanje



STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA

Unutar strateških poslovnih područja proizvode se i razvijaju brendovi koji su kroz stalan razvoj novih i inovacije postojećih proizvoda osigurali značajne tržišne pozicije ne samo u Hrvatskoj i regiji, već i na EU tržištima i tržištima Rusije. Strateška se poslovna područja dijele u šest kategorija: Pića, Kava, Slatko i slano, Delikatesni namazi, Zdravlje i njega te Sportska i aktivna prehrana.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA

The logo for CEDEVITA, featuring the word "CEDEVITA" in a bold, red, sans-serif font with a registered trademark symbol.The logo for Donat Mg, with "Donat" in a red serif font and "Mg" in a green serif font with a registered trademark symbol.The logo for Cockta, featuring the word "Cockta" in a yellow, bold, sans-serif font inside a red, rounded shape with a yellow border.

Atlantic Grupa je kroz aktivnosti Strateškog poslovnog područja Pića (SPP Pića) istaknuti regionalni proizvođač u kategorijama vitaminskih instant napitaka (VIN), gaziranih bezalkoholnih pića, dodataka prehrani, čajeva, gaziranih i negaziranih mineralnih voda te multivitaminskih bombona. Veliki broj Atlanticovih brendova su tržišni lideri u pojedinim kategorijama, ne samo na tržištu Hrvatske već i na tržištu Jugoistočne Europe. Proizvodi SPP Pića na tržištu su poznati kao sljedeće robne marke: vitaminski instant napitci Cedevita i Multivita, šumeće tablete Multivita, osvježavajuća bezalkoholna pića Cockta, konzumni Cedevita čajevi, ljekoviti Naturavita čajevi, gazirana mineralna voda obogaćena magnezijem Donat Mg te u kategoriji negaziranih i gaziranih mineralnih voda brendovi Kala, Kalnička, Tempel, Tiha i Karađorđe. Osim toga, SPP pića proizvodi i dio asortimana za Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana (tekući oblici Multipower proizvoda). SPP pića je u 2013. godini ostvarilo prihode od prodaje u iznosu od 652 milijuna kuna.

The logo for CEDEVITA GO!, featuring "CEDEVITA" in red and "GO!" in green, both in a bold, sans-serif font with a white outline.The logo for MultiVita, featuring the word "MultiVita" in a blue, stylized, sans-serif font with a red dot over the 'i'.The logo for kala, featuring the word "kala" in a light blue, lowercase, sans-serif font.The logo for kalnička, featuring the word "kalnička" in a green, lowercase, sans-serif font.The logo for naturavita, featuring the word "naturavita" in a gold, lowercase, serif font with a green leaf icon above the 'v'.The logo for CEDEVITA čaj, featuring the word "CEDEVITA" in yellow and "čaj" in white, both in a serif font, inside a green circular frame with leaves.

CEDEVITA



Cedevita je etablirani hrvatski brend najpoznatiji po vitaminskom instant napitku koji se sastoji od 9 najvažnijih vitamina gdje se granule miješaju s vodom kako bi se dobio osvježavajući i zdravi napitak. Cedevita vitaminski instant napitak zauzima vodeću

poziciju u svojoj kategoriji na svim regionalnim tržištima. Pod kišobranom brenda Cedevita još se nalazi: (i) Cedevita GO! namijenjena za konzumaciju u pokretu s



bočicom izvorske vode i čepom u kojemu se nalaze granule Cedevite,

(ii) Cedevita multivitaminski bomboni s dugom tradicijom na hrvatskom tržištu te (iii) Cedevita čajevi. Cedevita GO! je proizvod u kojemu Atlantic Grupa vidi internacionalni potencijal te se kao takav distribuira na europska tržišta, ali i šire.



MULTIVITA

Proizvodi brenda Multivita uključuju vitaminske proizvode u obliku vitaminskog instant napitka i šumećih tableta. Multivita proizvodi uključeni u SPP Pića su prisutni na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske te Crne Gore. Multivita vitaminski instant napitak je posebno snažan na tržištu Srbije gdje drži drugu tržišnu poziciju u svojoj kategoriji odmah iza Cedevite.

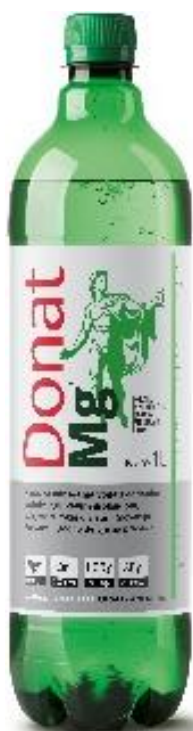


COCKTA

Najznačajniji brend Atlantic Grupe u kategoriji gaziranih bezalkoholnih pića, Cockta, je najpopularnije bezalkoholno gazirano piće bivše Jugoslavije, uz koje su odrasle generacije mladih. Cockta je regionalna verzija Coca-Cole, no za razliku od nje ne sadrži kofein, niti ortofosfornu kiselinu. Tajna posebnog okusa Cockte skriva se u jedinstvenoj mješavini jedanaest vrsta ljekovitog bilja. Šipak joj daje posebnu aromu, a limun i naranča prodornu svježinu. Portfolio brenda Cockta se sastoji od: Cockte Original, Cockte Easy, Cockte Rossa, Cockte Lime i Cockte Chinotto. Cockta Original drži drugu tržišnu poziciju na tržištu Slovenije, odmah iza globalnog lidera, dok je na većini drugih regionalnih tržišta među prva tri brenda u svojoj kategoriji.



DONAT MG



Donat Mg je prirodna izvorska mineralna voda s visokim sadržajem magnezija. Magnezij je topiv u mineralnoj vodi Donat Mg tako da metabolizmu organizma nije potrebno truditi se da ga otopi i transferira stanicama kojima je potreban. Zbog svoga kemijskog sastava, fizičkih osobina i medicinskih saznanja, ova se voda upotrebljava u terapeutske i preventivne svrhe. Odličan je laksativ i prirodni agens koji pomaže kod problema sa žgaravicom, poboljšava metabolizam i probavni sustav, kompenzira za nedostatak magnezija, obogaćuje organizam mineralima, regulira ravnotežu kiselina i baza u organizmu te ima druge medicinske svrhe. Osim na regionalnim tržištima gdje je tržišni lider u kategoriji funkcionalnih gaziranih voda, Donat Mg ima značajnu prisutnost na tržištu Rusije gdje predstavlja 7% svih uvoznih voda.

VODE



Atlantic Grupa je regionalni proizvođač voda u čijem portfelju se nalaze slijedeći brendovi: (i) Kala (negazirana voda) i Kalnička (gazirana voda) koje su

najznačajniji brendovi u kategoriji voda s prisustvom na tržištu Hrvatske, (ii) negazirana i gazirana voda Karađorđe koja je prisutna na tržištu Srbije, (iii) negazirana i gazirana voda Tempel prisutna na tržištu Slovenije te (iv) negazirana voda Tiha prisutna na tržištu Slovenije.



NATURAVITA

Atlantic Grupa je proizvođač funkcionalnih čajeva namijenjenih očuvanju zdravlja i kvalitetnijem životu pod brendom Naturavita. Perjanica Naturavita čajeva je dobro poznati Uvin H čaj, najpoznatiji i najprodavaniji urološki čaj na tržištu, čija tradicija seže u daleku 1977. godinu. Osim uroloških čajeva, Naturavita nudi i druge funkcionalne čajeve: sljez, sljezov korijen, kamilicu i kadulju. Naturavita je tržišni lider u kategoriji funkcionalnih čajeva na tržištu Hrvatske.



SPP PIĆA U 2013. GODINI

U 2013. godini je izvršeno istraživanje agencije Valicon koja je izmjerila snagu brendova na području cijele regije. Snaga brendova je izračunata na osnovi prepoznatljivosti, iskustva i korištenja istih. Prema navedenom istraživanju, Cedevita je zauzela peto mjesto što je skok za tri mjesta u odnosu na prošlo istraživanje. U kategoriji "in home konzumacija" Cedevita je u 2013. godini potvrdila status brenda broj 1. u bezalkoholnim pićima na tržištima Hrvatske i Slovenije. Također, drugu godinu za redom, Cedevita je prema Valiconovom istraživanju potrošača, brend s najvećim rastom popularnosti u HoReCa kanalu. Na matičnom, hrvatskom tržištu HoReCe Cedevita je prema snazi i imidžu drugi najjači brend, odmah iza globalnog lidera. Cedevita je u 2013. godini lansirala novi okus u HoReCa kanalu, bazga-limun, koji je ostvario veliki uspjeh na tržištima Hrvatske i Slovenije, gdje se u vrijeme ljetne sezone prodavao čak i bolje od Cedevitinih najprodavanijih okusa, naranče i limuna. U travnju 2013. godine je na tržišta regije lansirani novi okus Cedevite GO!, Cedevita Kids naranča + kalcij. Također je realiziran značajniji izvoz proizvoda u Australiju te je otvoreno tržište Rusije. U kategoriji malih

bombona u Hrvatskoj Cedevida bomboni se, prema vrijednosnom udjelu u Nielsenovom retail panelu, nalaze na 3. mjestu, dok je najprodavaniji proizvod na tržištu malih bombona u 2013. godini naš Rondo C Classic (28g). U 2013. godini smo proširili paletu s novim proizvodom za djecu - Cedevida Kids bombonom s okusom jagode. Cedevida čaj je i dalje na snažnom drugom mjestu u kategoriji konzumnih čajeva, a u 2013. godini lansirali smo i dva nova proizvoda: Cedevida Kids jagoda i vanilija (voćni čaj za djecu) i Cedevida čaj Kamilica i med.

Asortiman Izvora Kalnika (brendovi Kala i Kalnička) u 2013. godini je proširen novim pakiranjem – izvorskom vodom Kala u pakiranju od 7 litara, od čega su 2 litre gratis za potrošača. Također, napravljen je redizajn Kale u PET pakiranjima u 5L i 7L.

U 2013. godini Multivita vitaminski instant napitak je nastavila s odgovarajućim snažnim promotivnim aktivnostima, što je rezultiralo većom prepoznatljivošću marke i snagom brenda koji se prema Valicon istraživanju na tržištu Srbije prvi put našao u top 16 In-Home brendova bezalkoholnih pića i to na 13. poziciji. Prema Nielsenovom retail panelu, zadržana je pozicija brenda broj 2. na tržištu Srbije, a najznačajniji rast prodaje zabilježen je na tržištu Bosne i Hercegovine. Multivita efervete su zadržale leadersku poziciju na tržištu Srbije te Bosne i Hercegovine.



U 2013. godini Cockta je obilježila 60. godina postojanja. Obljetnica je proslavljena na skijaškim skokovima u Planici, gdje je Cockta 1953. godine prvi put predstavljena potrošačima. Kao i prije 60 godina, na obljetnici postojanja Cockte u Planici predstavljen je novi proizvod, odnosno Cockta Chinotto. Riječ je o bezalkoholnom gaziranom piću na osnovi mediteranske naranče koja

blagim bitter okusom i voćnim udjelom chinotto naranče asocira na ljeto. Cockta Chinotto postala je pravi ljetni hit, nadmašila je postavljene prodajne ciljeve, a potrošači su je zavoljeli na svim tržištima. Aktivnosti povezane s jubilejom nastavile su se tijekom cijele 2013. godine, na prodajnim mjestima u maloprodaji te HoReCa kanalu i oglašavanju. Tom je prigodom u odabranim lokalima po regiji lansirana i retro bočica Cockte koja asocira na prvotnu bočicu. 2013. godina je bila iznimno važna i zahtjevna zbog zaoštrenih tržišnih uvjeta, kako u maloprodaji tako i u HoReCa kanalu, te zbog promijenjenih navika potrošača. Unatoč svemu navedenom

Cockta je uspjela zadržati ili nadmašiti tržišne udjele protekle godine na većini tržišta. U Valiconovu istraživanju snage brendova na području cijele regije, Cockta je prošle godine zauzela visoko 6. mjesto.

U 2013. godini donesena je nova strategija u smjeru medikalizacije, globalizacije i obnove cjelokupnog izgleda Donat Mg-a. Nakon 12 godina robna marka je doživjela korjenitu promjenu PET ambalaže i primjereno tomu obnovila cjelokupan kreativni izgled i način predstavljanja u svim reklamnim kanalima. U svim državama regije Donatu Mg se povećao indeks snage i ugleda u kategoriji funkcionalnih proizvoda. U Sloveniji i dalje ostaje vodeća robna marka u segmentu unatoč velikom pritisku skupine OTC proizvoda. U Hrvatskoj, gdje je konkurencija sve jača, Donat Mg je na razini primarne upotrebe stekao i obranio drugu poziciju na tržištu. U Bosni i Hercegovini Donat Mg je napredovao i po prepoznatljivosti i s aspekta iskustva pri čemu je ponajprije primjetan rast u elementima ugleda koji čine temelj robne marke. U Srbiji je primijećeno povećanje percepcije Donata Mg kao unikatne i funkcionalne vode. U 2013. godini pojačan je medicinski marketing u regiji s 300 posjeta medicinskog osoblja mjesečno. Dodatno, kao izlagač Donat Mg sudjeluje na najvažnijim zdravstvenim kongresima na temu gastroenterologije, ginekologije i dijabetesa te je formirana jedna od najvećih zajednica trudnica na svijetu s Facebook zajednicom koja broji više od 300.000 trudnica. Donat Mg je značajan rast prodaje u 2013. godini postigao na tržištu Rusije te je istodobno uspješno lansiran na tržišta Švedske i Kine čime je trenutačno prisutan na 28. svjetskih tržišta.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA

Atlantic Grupa je sa Strateškim poslovnim područjem Kava (SPP Kava) vodeći proizvođač kave u regiji u kojoj dominira potrošnja turske kave.

barcaffé

Temelji za vodeću poziciju su snažan i kvalitetan



proizvodni portfelj, regionalni "know-how" te fleksibilna organizacija. Kategorije u kojima SPP Kava posluje su kategorija turske kave, instant i espresso. Atlanticovi brendovi su tržišni lideri u kategoriji turske kave na tržištima Srbije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Makedonije te imaju značajno prisustvo na ostalim

Bonito
prava kafa

tržištima u regiji. Najznačajniji brendovi su Barcaffé, Grand kafa i Bonito. Strateško poslovno područje Kava je u 2013. godini ostvarilo 1.087 milijuna kuna prihoda od prodaje.

BARCAFFE



Barcaffé dominira na tržištu Slovenije kao jedan od najjačih "FMCG" brendova i kao robna marka koja

uživa najviše povjerenja među potrošačima kave. Preko 40 godina tradicije, kvalitete, prepoznatljiv okus i aroma, glavne su karakteristike Barcaffé-a. Pozitivni imidž brenda u on-the-go segmentu u Sloveniji je rezultirao osvajanju značajnog tržišnog udjela u tom segmentu. Istodobno, Barcaffé agresivno ostvaruje sve veći tržišni udio na tržištu Hrvatske. Strategija Atlantic Grupe je pozicionirati Barcaffé brend kao regionalni brend za espresso kategoriju. Barcaffé je dobitnik brojnih nagrada i priznanja za svoju kvalitetu među kojima možemo istaknuti posebnu nagradu u 2011. godini za pet uzastopnih godina dobivanja istaknute "Trusted Brand" nagrade.



Portfelj brenda Barcaffé uključuje: Barcaffé Classic, Barcaffé Espresso, Barcaffé Dekofe, Barcaffé Filter, Barcaffé Cappuccino, Barcaffé Slim & Fit, Barcaffé Frezze, Barcaffé Bio te Barcaffé Selection.

GRAND KAFA



Grand Kafa je mladi brend osnovan 1997. godine. Od malog obiteljskog posla Grand Kafa je konstantnim težnjama ka vrhunskoj i ujednačenoj kvaliteti te originalnosti za samo nekoliko godina razvio imidž kvalitetnog proizvoda i ostvario vodeću tržišnu poziciju u kategoriji turske kave na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine te Makedonije. Uz proizvodno postrojenje u Srbiji, potvrda regionalnih ambicija ostvarena je otvaranjem još dva proizvodna postrojenja (jedno u Bosni i Hercegovini, drugo u

Makedoniji) kako bi se zadovoljile potrebe tržišta.



Portfelj brenda Grand kafa uključuje: Grand Kafa Gold, Grand Aroma, Grand Aroma Balans, Grand Aroma Dekofe, Grand De Luxe, Grand kafa instant.



BONITO



Bonito je najmlađi brend u kategoriji turske kave u portfelju Strateškog poslovnog područja Kava. Bonito turska kava se pojavila na tržištu Srbije početkom 21. stoljeća, a 2005. godine je kupljena kako bi se proširio portfelj proizvoda u segmentu "pametne kupnje".

Proizvodni portfelj brenda Bonito se sastoji od: Bonito standardno pržene kave i Bonito tamno pržene kave.



SPP KAVA U 2013. GODINI

Na tržištu regije su u 2013. godini zabilježena negativna kretanja na tržištu tradicionalne kave, gdje je najveće tržište SPP Kave, Srbija, zabilježilo pad potrošnje u kategoriji od 5,5%, što količinski iznosi 1.400 tona gotovih

proizvoda. Pad potrošnje je također zabilježen na tržištu Slovenije te Bosne i Hercegovine, dok je tržište Hrvatske bilo stabilno.

Usprkos složenoj tržišnoj situaciji, uspješno su zadržani tržišni udjeli koji su vodeći na svim regionalnim tržištima osim Hrvatske, uz napomenu da je narastao tržišni udio u Bosni i Hercegovini. Također, na tržištima Bosne i Hercegovine te Makedonije zabilježena je rekordna količinska prodaja, dok su znatan količinski rast zabilježili i instant napici u Srbiji.

Potrebno je također naglasiti da je tržište sirove kave bilo jako dinamično jer su pojedine vrste sirove kave (Minas) dostizale najniže cjenovne razine u zadnjih osam godina, što je s jedne strane dalo pozitivan efekt na



profitabilnost poslovanja, a s druge strane omogućilo snažno jačanje konkurencije.

Na području poslovnog razvoja lansirana su tri okusa instant napitaka i to jedan u "freeze" segmentu, a dva u segmentu 3u1. Također, tri postojeća okusa iz instant kategorije lansirana su na tržišta Bosne i Hercegovine i Makedonije. U kategoriji espresso kave lansiran je novi proizvod pod imenom Porto caffe namijenjen za tržište Bosne i Hercegovine te Crne Gore. Mješavina sa svojom recepturom spada u economy segment, a namijenjena je

kupcima kod kojih nije potrebno ulaganje u HoReCa opremu.

Da bi još ojačali snagu i imidž naših brendova postavljena je nova komunikacijska platforma za robnu marku Barcaffé sa sloganom "Za ljepši dan" te snažnim marketinškim aktivnostima na primarnom tržištu Slovenije. Navedeno je nakon dugo godina napravljeno i na tržištu Hrvatske te po prvi puta u Bosni i Hercegovini gdje je u zadnjem kvartalu 2013. godine uveden Barcaffé u tri različita količinska pakiranja. Proizvodi Barcaffé Selection i BIO, uvedeni prošle godine, našli su mjesta kod zahtjevnijih potrošača te kao "nišni" proizvodi postižu dobre rezultate.

Također je potrebno naglasiti završetak redizajna Grand portfelja Gold, Aroma i Delux, kao i nova komunikacijska platforma kod Grand Arome koja upravo kreće u implementaciju.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO



Najlepše želje®



Atlantic Grupa je kroz Strateško poslovno područje Slatko i slano (SPP Slatko i slano) proizvođač široke palete slatkog i slanog asortimana u kategorijama čokoladnih proizvoda, keksi, čajnih peciva, vafli, flipsa, pelet proizvoda i slanih štapića. Navedeno poslovno područje čini jedna od najstarijih i vodećih kompanija na području konditorskih proizvoda i slanih grickalica u regiji, Soko Štark, čije poslovanje datira od 1922. godine. Sa svojim portfeljem proizvoda iz SPP-a Slatko i slano, Atlantic Grupa je prisutna na tržištima Srbije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Makedonije i Crne Gore. Najistaknutiji brendovi iz ovog poslovnog područja su Najlepše želje, Bananica, Sweet, Smoki i Prima. Proizvodne lokacije se nalaze na dvije lokacije u Srbiji (Beograd i Ljubovija). Strateško poslovno područje Slatko i slano je u 2013. godini ostvarilo 617 milijuna kuna prihoda od prodaje.



Prima
SNACKS

Sweet

NAJLEPŠE ŽELJE

Brend Najlepše želje je ušao u domove potrošača u isto vrijeme kada i televizija te je, zahvaljujući specifičnom okusu koji je ostao nepromijenjen i nakon pedeset godina, obilježio odrastanje mnogih generacija. Najlepše



želje je brend s najdužom tradicijom na srpskom tržištu sa širokim portfeljem proizvoda od 11 okusa i nekoliko podsegmenata. Brend Najlepše želje je dobitnik brojnih nagrada i priznanja za svoju kvalitetu koji na tržištu

Srbije zauzima drugu tržišnu poziciju u kategoriji čokoladnih tabli iza regionalnog lidera te ima značajan udio na tržištima Bosne i Hercegovine i Makedonije.

U portfelju Najlepših želja ističu se: Čokoladne table Najlepše želje, Najlepše želje mini, Čokoladne pločice Najlepše želje, Najlepše želje Cherry te Najlepše željice.



BANANICA

Bananica je meki pjenasti desert obloženom slojem čokolade. Proizvod je star 75 godina i kao takav ima visok stupanj prepoznatljivosti. Bananica je višestruko nagrađivana za svoju kvalitetu te je vodeća u svojoj kategoriji na tržištu Srbije.



SWEET



Sweet brend je prisutan na tržištu od 1996. godine i jedan je od najpopularnijih proizvoda iz čokoladnog asortimana Soko Štarka. Uz čokoladicu s karamelom i kikirikijem, tu je još i čokoladica s mliječnim punjenjem te čokoladica s punjenjem od lješnjaka.



SMOKI



Smoki je prvi flips proizveden u jugoistočnoj Europi. Nastao je 1972. godine i za mnoge je ljubitelje grickalice bio i ostao prvi okus flipsa. Smoki od samog početka uživa izuzetnu popularnost, a dominantan okus kikirikija i hrskavost učinili su ga hranom svih generacija u svim

prilikama. Uz klasičan Smoki, tu je još i Smoki Smokić za najmlađe te Čoko Smoki za poklonike koji ni desert ne mogu zamisliti bez omiljene grickalice. Smoki je vodeći brend u svojoj kategoriji na svim tržištima regije sa snažnom prisutnošću na tržištima Slovenije, Bosne i Hercegovine te Srbije.

U portfelju brenda Smoki ističu se: Smoki classic, Čoko Smoki, Smoki Smokić te Smoki King Size.



PRIMA



Atlantic Grupa proizvodi slane štapiće pod brendom Prima koji zauzima drugu poziciju na tržištu Srbije te značajnu prisutnost na tržištu Bosne i Hercegovine.

Asortiman brenda Prima se sastoji od: Prima slanih štapića, Prima štapića punjenih kikirikijem, Prima integralnih štapića i Prima štapića s paradajzom i aromom masline i origana.

SPP SLATKO I SLANO U 2013. GODINI

2013. godina je bila obilježena novitetima u proizvodnom programu. Lansirano je 16 novih proizvoda, od čega 9 potpuno novih receptura dok je brend Smoki osnažen novim pod-brendom Flipster u kategoriji pelet proizvoda.

Strateški najznačajniji brend u SPP-u Slatko i slano, Smoki, zabilježio je rast prodaje i tržišnog udjela u cijeloj regiji zadržavajući tako vodeće pozicije u Srbiji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Sloveniji, a oдавно i u Hrvatskoj ponajprije zahvaljujući dobroj distribucijskoj pokrivenosti, kvaliteti proizvoda i marketinškim ulaganjima. Prema izvršenom istraživanju agencije Valicon o snazi brendova na području cijele regije, Smoki se u odnosu na prošlo istraživanje popeo za čak osam mjesta i sada zauzima deveto mjesto.

Strateški pristup izgradnji brendova prepoznat je kao kvaliteta i ovjenčan priznanjima, kako od strane potrošača tako i od stručne javnosti. Tokom 2013. godine dobivene su sljedeće nagrade:

- Smoki je po četvrti put zaredom proglašen grickalicom godine od strane potrošača u Srbiji,
- PR kampanja "Bananica pakovanje mijenja, ali ukus nikada" osvojila je prvu nagradu Društva Srbije za odnose sa javnošću,
- Na jednom od najvažnijih festivala oglašavanja u Europi,



Golden Drum festivalu, Bananica je osvojila srebrnu nagradu u kategoriji radijskih reklama za kampanju "Sreću čine male stvari",

- Grand Prix za najbolji dizajn ambalaže u kategoriji Best Supermarket pack za 2012/13 osvojio je Integrino. Nagrada je dodijeljena u okviru već tradicionalne manifestacije Pactivity po izboru internacionalnog žirija.

- U 2013. lansiran je Flipster, novi pod-brend u portfelju Smokija. Proizvod pripada kategoriji peleta koja je od strane potrošača percipirana kao spoj dvije najveće snack kategorije- flipsa i čipsa. Uvedena su 3 okusa: Goveđa šunka, Pizza i Pikant uz planirano daljnje širenje asortimana.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI



Strateško poslovno područje Delikatesni namazi (SPP Delikatesni namazi) čini proizvodni segment Atlantic Grupe koji se odnosi na visoko kvalitetni prehrambeni asortiman brendova Argeta i Montana, prisutnih na tržištima Srbije, Slovenije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Makedonije, Crne Gore, ali i zapadne Europe. Argeta je svoju priču o uspjehu počela pisati još 2001. godine kada je počeo njezin uspon i povećanje prepoznatljivosti, dok znatni rast i izgradnja brenda počinje 2007. godine kada je Argeta postala jednim od strateških programa Droge Kolinske. U ljeto 2012. godine Strateškom poslovnim području Delikatesni namazi pridružio se i brend



Montana. Proizvodna postrojenja Strateškog poslovnog područja Delikatesni namazi se nalaze u Sloveniji (Izola), Bosni i Hercegovini (Hadžići) te Hrvatskoj (Zagreb). SPP Delikatesni namazi je u 2013. godini ostvarilo 459 milijuna kuna prihoda od prodaje.

ARGETA



Argeta je iznimno uspješan brend s internacionalnim potencijalom kojeg odlikuje dobra pozicija na mnogim tržištima. U prednostima Argete u odnosu na konkurenciju najviše se ističe upravo visoka razina kvalitete, posljedično na uporabu kvalitetnih sirovina. Ovaj proizvod izvor je visoko kvalitetnih bjelančevina i minerala koji često nedostaju u svakodnevnoj prehrani. Argeta je lider na tržištu Slovenije, Makedonije te Bosne i Hercegovine, a na tržištima Srbije, Austrije i Švicarske zauzima jedno od prva tri mjesta. Argeta je također ponosni nosioc Halal certifikata.

Argeta brend obuhvaća sljedeće pod-brendove: Argeta Junior, Argeta Exclusive, Argeta Delight te Argeta Snack.



MONTANA



Montana je utemeljena 1998. godine u Hrvatskoj kao prvi brend sendviča s produljenom svježinom na tom tržištu, a do danas se razvila u regionalno priznati brend koji zadovoljava prehrambene potrebe ljudi u pokretu. Montana danas zauzima vodeću poziciju proizvođača pakiranih sendviča na domaćem tržištu u Hrvatskoj. Uspješan je bio i ulazak Montane na tržište pakiranih sendviča u Sloveniji gdje je u segmentu trokutasto zapakiranih sendviča postala najprodavaniji brend na tržištu. Montana je prisutna i na tržištu Srbije.

Asortiman brenda Montana se sastoji od: trokutastih sendviča, klasičnih sendviča u obliku kruha te kolača od čokolade i jabuke.



SPP DELIKATESNI NAMAZI U 2013. GODINI

Prema izvršenom istraživanju agencije Valicon o snazi brendova na području cijele regije, Argeta je u 2013. godini zasjela na impresivno četvrto mjesto. Uz snažnu prisutnost na regionalnim tržištima, europska tržišta (Austrija, Njemačka, Švicarska, Italija, Španjolska, Švedska, Ujedinjeno Kraljevstvo, Irska) i ostala tržišta na koja se izvozi (Rusija, Kosovo, Bugarska, Albanija, Kanada, Australija, SAD) postaju sve važnija za Argetu budući da njihov udio u ukupnoj prodaji iznosi 40%.

Internacionalizaciju Argete je obilježio uspješan izlazak na španjolsko tržište, gdje se početkom 2013. godine predstavila potrošačima. Argetu je u prodajni asortiman svojih supermarketa uvrstio španjolski trgovački lanac Masymas.

www.mame-potrjujejo.si

**POTRJUJEJO
MAME
POTRJUJEJO**

»Ogled proizvodnje je nepozabna izkušnja. Na prvo mesto postavljam čistočo, saj je v taki proizvodnji najbolj pomembna. Argetina tovarna v Izoli dosega vsa merila in ji podeljujem pečat kakovosti.«
Polona Mikuš

**SKRBN
IZBRANO MESO** ✓
**BREZ
KONZERVANSOV** ✓
NARAVNE ZAČIMBE ✓
RASTLINSKA OLJA ✓

ARGETA
Kokošja pašteta

DOBRA STRAN KRUHA

2013. godinu je obilježila kampanja "Odobrile mame" kojom je jedinstvenost, posebnost i kvaliteta Argete približena potrošačima na poseban način. Na pažljiv pregled svih tvornica, proizvodnih procesa i izbora namirnica pozvani su najstroži suci za kvalitetu kada je riječ o odabiru obiteljske prehrane – mame. U cijeloj regiji prijavilo se 1.413 majki te su prijave prikupljene na posebnoj Internet stranici koja je bila prilagođena za svaku zemlju. Odabrano je 18 majki, po 3 na svakom tržištu, a finalistice su bile na detaljnom pregledu Argetinih tvornica te su jednoglasno potvrdile Argetinu kvalitetu. Nakon njihovog pregleda Argetini proizvodi su obogaćeni žigom "Odobrile mame". U sam projekt bili su uključeni svi mediji uz ključni naglasak na televiziju te internet. Kampanja je polučila velik uspjeh te pozitivno doprinijela:

- Rastu tržišnih udjela - u svim zemljama su se tržišni udjeli Argete povećali nakon kampanje u odnosu na udjele prije kampanje,
- Osnaživanju moći brenda - BSI- indeks moći brenda se povećao u većini zemalja u usporedbi s indeksom za 2012. godinu,
- Boljem imidžu brenda - svi elementi imidža brenda Argeta su se povećali u usporedbi s 2012. godinom.

Na kraju godine lansirana je posebna serija pašteta pod imenom Argeta Exclusive a la Dvorac Zemono na tržištima

Slovenije, Hrvatske, Srbije, Makedonije te Bosne i Hercegovine. Nova pašteta je razvijena u suradnji s kuharskim majstorom i vlasnikom restorana Dvorac Zemono, Tomažem Kavčičem, čime se nastavlja suradnja Argete s renomiranim restoranima u regiji.

U 2013. godini Montana je ostvarila značajan rast prodaje na tržištu Slovenije gdje je tržište pakiranih sendviča karakterizirano najvišim stupnjem razvijenosti i konkurencije. Također, Montana je u 2013. godini potrošače, poglavito ljubitelje vegetarijanske prehrane, razveselila novim okusom trokutastog sendviča "3 sira" koji je već u prvih nekoliko mjeseci nadmašio očekivanu prodaju. Nakon ovakvog uspjeha na tržištu Hrvatske krajem 2013. godine isti je proizvod lansiran u Sloveniji. To je bio samo jedan od proizvoda kojim je lani Montana proširila svoju ponudu u Sloveniji: pored sendviča "3 sira" slovenskim su potrošačima ponuđeni okusi vegi i vratina pa je Montana time ukupno prisutna u 8 okusa. Uz navedeno, širenje distribucije i marketinška podrška uvelike su pridonijeli uspjehu Montane na slovenskom tržištu u tek drugoj godini prisutnosti.

STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA

plidenta

MELEM

ROSAL
LipBalm

farmacia+

Strateško poslovno područje Zdravlje i njega (SPP Zdravlje i njega) obuhvaća: (i) proizvodnju kozmetike i proizvoda za osobnu njegu, (ii) proizvodnju dodataka prehrani, bezreceptnih lijekova (OTC) i lijekova na recept, (iii) proizvodnja vitamina C i ostalih mineralno-vitaminskih proizvoda u šumećoj formi namijenjenih za tržište Rusije te (iv) poslovanje ljekarni i specijaliziranih prodavaonica medicinskih proizvoda okupljenih u

DIETPHARM

lancu Farmacia. SPP Zdravlje i njega unutar svog poslovanja ima organizirano i veledrogerijsko poslovanje, koje je organizirano pod okriljem Atlantic Pharmacentra. Veliki broj

Atlanticovih brendova u segmentu kozmetike, u segmentu osobne njege, kao i u segmentu dodataka prehrani su među vodećim brendovima na tržištu Hrvatske ali i regionalnih tržišta. Također, akvizicijom i otvaranjem brojnih ljekarni i specijaliziranih prodavaonica pod zajedničkim imenom Farmacia, Atlantic Grupa zauzima vodeće mjesto u segmentu ljekarničkog poslovanja u Hrvatskoj. SPP Zdravlje i njega je u 2013. godini ostvarilo 506 milijuna kuna prihoda od prodaje.

FIDIFARM

KOZMETIKA I OSOBNA NJEGA



Poslovanje kozmetike i osobne njege se vodi kroz kompaniju Neva d.o.o. osnovanu 1926. godine. Portfelj proizvoda za zdravlje i njegu uključuje proizvode za oralnu higijenu, proizvode za njegu usana, proizvode za univerzalnu zaštitu kože i usana, proizvode za njegu tijela te ostale proizvode. Najznačajniji brendovi u segmentu kozmetike i osobne njege su: (i) Plidenta pasta za zube koja je tržišni lider u Hrvatskoj, (ii) Rosal Lip Balm, proizvod za

njegu usana koji drži drugu poziciju na tržištu Hrvatske te (iii) Melem univerzalna zaštitna krema koja ima značajan udio na tržištu njege tijela i njege usana u Hrvatskoj.





DODACI PREHRANI, BEZRECEPTNI LIJEKOVI I LIJEKOVI NA RECEPT



Fidifarm d.o.o. je već godinama pozicioniran kao dominantni proizvođač dodataka prehrani na hrvatskom tržištu. Pod okriljem Fidifarma proizvode se vitaminski i mineralni preparati, dodaci prehrani biljnoga porijekla, bezreceptni lijekovi i lijekovi na recept. Glavna robna marka je Dietpharm s 95 proizvoda u 2013. Godini, od kojih su 10 tržišni lideri u svojoj kategoriji. Fidifarm je s brendom Dietpharm aktivan još na

tržištima Bosne i Hercegovine, Srbije, Crne Gore, Makedonije, Slovenije, Mađarske, Kosova, Slovačke, Rusije i Azerbejdžana.

Među širokim asortimanom brenda Dietpharm ističu se proizvodi: Magnezij 300/375, Makulin/makulin plus, Centravit, Ginko omega, Hemero Protect.



MULTIVITA



SPP Zdravlje i njega uključuje prodaju šumećih tableta brenda Multivita na tržištu Rusije, posebice vitamina C. Asortiman proizvoda Multivite na tržištu Rusije sačinjavaju

multivitaminске šumeće tablete, šumeće tablete C vitamina, magnezija, kalcija, željeza, cinka i dr. Vitamin C1000 ima vodeći udio na ruskom tržištu C vitamina i nalazi se u više od 70% ljekarni.



LJEKARNIČKO POSLOVANJE



Ljekarnički lanac Farmacia na kraju 2013. godine broji ukupno 67 lokacija, od toga 19 specijaliziranih prodavaonica i 48 ljekarničkih jedinica. Novim lokacijama u shopping centrima značajno je učvršćen

položaj vodećeg privatnog ljekarničkog lanca u ručnoj prodaji te položajem jednog od vodećih ljekarničkih lanaca po broju lokacija u Zagrebu i regiji Dalmacija.



VELEDROGERIJSKO POSLOVANJE

Atlantic Pharmacentar je pouzdan i kvalitetan distributer vrsnih domaćih i međunarodnih robnih marki namijenjenih ljekarničkim lancima i specijaliziranim trgovinama. Uz brend Dietpharm i dio asortimana Atlantic Trade-a (Wrigley, Johnson & Johnson, Durex, Scholl, Vivera, Cedevita, proizvodni asortiman Neve), Atlantic Pharmacentar distribuira portfelj OTC proizvoda Arenda te brendove renomiranih vanjskih partnera od kojih se ističu:

- Vichy,
- La Roche Posay,
- Uriage,
- Mustela,
- Phyto,
- i dr.



SPP ZDRAVLJE I NJEGA U 2013. GODINI

Proizvodni asortiman zubnih pasti Plidenta je najsnažniji segment Nevinog asortimana koji je usprkos velikoj konkurenciji i rastu cijena koji su obilježili 2013. godinu sačuvao ulogu komadnog tržišnog lidera pred konkurencijom na tržištu Hrvatske.

U 2013. godini proizvod Melem men, prestaje biti sezonskog karaktera te uz novi dizajn, postaje dio redovnog asortimana. Također je započet razvoj Melema kao brenda u ljekarničkom kanalu. Uz suradnju magistara iz ljekarničkog lanca Farmacia, lansiran je brend Melem pharma, a rezultat suradnje je prvi proizvod asortimana: Melem pharma akut – emulzija za olakšavanje neželjenih posljedica izrazito iritirane kože. Time je ostvaren dobar temelj za razvitak asortimana brenda Melem pharma.

ROSAL Lip Balm je u 2013. godini lansirao dva revolucionarna proizvoda u svojoj kategoriji iz linije ROSAL Lip Balm (INK)REDIBLE COLORS, koji osim osnovne njege i zaštite imaju dugotrajnu i postojanu boju, poput pravog ruža. Time je napravljen bitan zaokret u kategoriji njege usana, koja se do sada isključivo baziralo na proizvodima za osnovnu njegu. Veliki korak je napravljen i ponovnim lansiranjem brenda na srpskom tržištu, potvrđen prodajnim uspjehom.



Na tržištu Bosne i Hercegovine kao najvećem izvoznom tržištu, Dietpharm je u 2013. godini ostvario rast u odnosu na prethodnu godinu, s vodećim pozicijama u kategoriji magnezija, vitamina za oči te multivitamina. Budući rast i razvoj Fidifarma se očekuje s povećanjem udjela prodaje na izvoznim tržištima te širenjem na nova izvozna tržišta, poput Rusije, Azerbajdžana i Slovačke, s brendom Diethparm. Tijekom 2013. godine asortiman Dietpharma je proširen s ukupno devet novih proizvoda lansiranih u kategoriji dodataka prehrani dok je krajem godine registriran novi bezreceptni lijek Fidiprofen Flu. Od kraja 2013. Godine delistiran je receptni lijek Purisan granule dok se tijekom cijele godine intenzivno radilo na razvoju novih kako bezreceptnih, tako i receptnih lijekova. U tijeku su registracijski postupci za Acekal C šumeći prašak za oralnu otopinu (OTC lijek), D-Vital ampule 25.000 (receptni lijek) i D-Vital ampule 100.000 (receptni lijek).

Program lojalnosti koji okuplja najvjernije potrošače robne marke Dietpharm, Klub zdravlja, je tijekom 2013. godine bio kontinuirano aktivan s 10.500 novih članova te danas broji 57.000 članova. Tijekom 2013. godine Dietpharm Klub zdravlja sklopio je ugovore s novim partnerima Kluba zdravlja – uglednim poliklinikama i zdravstvenim ustanovama u Hrvatskoj te je na taj način proširio svoje pogodnosti za članove s novim uslugama kod partnera. Također, u 2013. godini je pokrenut veliki projekt magnetske kartice Kluba zdravlja, putem koje članovi automatski skupljaju bodove u Ljekarnama Partnerima Kluba zdravlja. U 2013. godini sklopljeni su ugovori s ljekarnama Partnerima Kluba zdravlja: Ljekarne Farmacia, Ljekarne Vaše zdravlje te ljekarničkim lancima Primapharme.

Početak 2013. godine Multivita je promijenila partnera na ruskom tržištu te je sklopila novi Ugovor o distribuciji s veledrogerijom Protek. Protek je jedan od vodećih ruskih nacionalnih pharma distributera koji se primarno bavi isključivo distributerskom djelatnošću te je godinama najstabilniji takav subjekt na tržištu. Uz promjenu distributera, Multivita je u drugom dijelu godine počela značajnije ojačavati i vlastiti prodajni tim, a sve u smislu daljnjeg razvoja i rasta prodaje na tržištu Rusije.

U sklopu ljekarničkog poslovanja otvoreno je ukupno devet novih lokacija. Otvorene su tri ljekarne u sklopu Zdravstvene ustanove Farmacia te šest novih poslovnih jedinica u okviru Farmacia specijalizirane prodavaonice



d.o.o.. Također je i u 2013. godini nastavljena suradnja zasnovana na strateškom partnerstvu s Ljekarnama Dvoržak, Ljekarnama Pavlič i Ljekarnama Filipović koja se realizira kroz zajedničku koordinaciju i upravljanje funkcijama nabave, marketinga, edukacije i drugih stručnih aktivnosti. Vizualni identitet, prepoznatljivost, sada već brenda Farmacia, nastavljena je i u 2013. godini u vidu kontinuiranih akcija, aktivnosti, načina oglašavanja i njegovanja već postojećih projekta od kojih su za izdvojiti: (i) projekt Osobnog ljekarnika usmjeren na minimiziranje štetnih i maksimiziranje pozitivnih učinaka terapije pacijenta, predstavljen na ovogodišnjem Forumu farmaceuta jugoistočne Europe, (ii) usluga nutricionističkog i fitoaromaterapijskog savjetovališta te (iii) projekt sportskog savjetovališta koji objedinjuje čitavi asortiman Multipower sportske prehrane, popraćen individualnim savjetovanjem i kreiranjem jelovnika za sportaše i rekreativce. Kontinuirani rad, edukacija, vizualni identitet naših filijala i moderni marketinški koncept prepoznat je i u istraživanju prepoznatljivosti loga Farmacia prema kojemu je ljekarnički lanac Farmacia prepoznat od strane 57% ispitanika na nivou cijele Hrvatske, dok prepoznatljivost u Zagrebu i okolici raste do visokih 80%. Za magistre farmacije i farmaceutske tehničare osigurano je sudjelovanje u edukaciji za zdravstvene djelatnike u projektu SUTRA (Samoliječenje u trudnoći i tijekom dojenja) kojem je Farmacia jedan od sponzora, a projekt se odvija na nacionalnom nivou pod pokroviteljstvom Ministarstva zdravlja i Hrvatskog farmaceutskog društva.

Tijekom 2013. godine veledrogerijski asortiman je dodatno proširen distribucijom za cjelokupno tržište Hrvatske brendovima partnera Formasana (12 kozmetičkih brendova od kojih su najpoznatiji Uriage, Mustela, Phyto, Lierac), partnera Mediacom s proizvodom Slimmies, partnera Terralab (Metasys) i drugima.

STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA



Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana (SPP Sportska i aktivna prehrana) specijalizirano je za



razvoj, proizvodnju i prodaju prehrane za sportaše i proizvoda za gubljenje tjelesne težine. Trideset i sedam godina tradicije rezultirali su vodećim robnim markama



Multipower, Champ i Multaben. Sjedište SPP-a Sportska i aktivna prehrana je u Hamburgu, a proizvodi pod okriljem nosećeg brenda Multipower prisutni su na tržištu sportske prehrane u čitavoj Europi.



Pogon za proizvodnju praškastih proizvoda i suplemenata se nalazi u Bleckedeu (Njemačka), pogoni za pića su locirani u Sloveniji, dok je

proizvodnja barova trenutno kod ugovornog proizvođača do početka 2015. godine kada prelazi u vlastiti proizvodni pogon u Hrvatskoj. SPP Sportska i aktivna prehrana je u 2013. godini ostvarilo 781 milijun kuna prihoda od prodaje.

MULTIPOWER

Multipower je jedan od vodećih europskih brendova na području sportske prehrane čiji proizvodi su bazirani na kombinaciji visokovrijednih proteina, aminokiselina, vitamina, ugljikohidrata i ostalih nutrijenata važnih za sportaše i osobe koje aktivno treniraju. Proizvodi su u konvencionalnim pakiranjima, bilo za konzumaciju direktno prilikom obavljanja aktivnosti ili za konzumaciju kod kuće u praktičnom pakiranju. Multipower proizvodi su podijeljeni u tri proizvodne linije ovisno o ciljevima potrošača: (i) Multipower Sportsfood linija namijenjena aktivnim sportašima ili redovitim posjetiteljima teretana, (ii) Multipower Body linija s proizvodima smanjene kalorijske vrijednosti namijenjene potrošačima koji žele izgubiti ili održavati mišićnu masu te (iii) Multipower Professional linija namijenjena potrošačima koje se bave body-buildingom ili borilačkim sportovima te žele izgraditi veliku mišićnu masu.



Proizvodni asortiman Multipower proizvoda se sastoji od: proteinskih pločica, praškastih proizvoda, pića, gelova, napitaka spremnih za konzumaciju i ostalih suplemenata.



MULTABEN



Multaben je brend iza kojeg stoji grupa proizvoda funkcionalne hrane koja pomaže oblikovanju tijela, balansu organizma i osobne dobrobiti. Po svojoj funkcionalnoj svrsi proizvodi su podijeljeni u liniju Vita i Figur. Linija Vita uključuje dodatke prehrani prilikom laganih aktivnosti i wellnessa koji pomažu duhu i tijelu održavati ravnotežu i vitalnost te vraćaju u balans nutrijente izgubljene tijekom mentalnog i fizičkog fitnessa. Linija Figur uključuje kompletan zamjenski obrok u raznim oblicima poput



napitaka, juha i krema zamišljen kao zdrava dijeta s naglaskom na proteinsku bazu formulacija uključujući preporučene doze vitamina, minerala i vlakana. Prema strogom njemačkom zakonodavstvu proizvodi spadaju pod kategoriju dijetalnih proizvoda



CHAMP



Champ je sustav dnevne podrške prehrani za mlađe osobe koje žive i rade intenzivno te im je slobodno vrijeme i vrijeme provedeno na poslu isprepletano fizičkim i sportskim aktivnostima za koje je potrebno optimirati metaboličke funkcije organizma. Ponuda proizvoda je koncipirana po funkcionalnim segmentima ovisno o intenzitetu bavljenja i karakteru samih aktivnosti koje u konačnici dovode do specifičnog učinka. Razlikujemo Muscle, koji zadovoljava potrebe organizma za svim važnim nutrijentima prije i nakon bavljenja aktivnostima, Body Shape, za sportaše koji žele smanjiti unos kalorija i Energy, koji opskrbljuje organizam potrebnom energijom za aktivan dan i pruža podršku prilikom svih tjelesnih aktivnosti u slobodno vrijeme.



SFF SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA U 2013. GODINI

Strategija SPP-a Sportska i aktivna prehrana temelji se na: (i) ideji kontinuiranog razvoja novih inovativnih proizvoda za sportsku i zdravu prehranu sukladno praćenju potreba suvremenog tržišta i potreba krajnjeg potrošača, (ii) rasta udjela prodaje na ključnim tržištima kao i (iii) inicijativama rasta udjela potrošača-korisnika sportske prehrane koji je općenito još uvijek nizak sa svega 3-5% korisnika od ukupne populacije. Zbog specifične potrošačke skupine kojoj su namijenjeni proizvodi SPP-a, razvijeni su specijalni kanali distribucije kroz fitness klubove i trgovine sportskom opremom, ali se sve više fokusa posvećuje rastu tradicionalnog maloprodajnog kanala prodaje, kao i brzo rastućem kanalu prodaje Online. Tijekom 2013. godine, glavni fokus



poslovanja SPP-a je bio na daljnjem razvoju ključnih tržišta, ali i na razvoju novih tržišta poput Španjolske, Turske i Rusije. Od kategorija, najveći rast je zabilježila kategorija proizvoda Endurance, koju je SPP identificirala kao ključnu kategoriju. U narednom razdoblju, poseban fokus će biti posvećen daljnjem rastu ove kategorije kroz razvijanje novih proizvoda, rast udjela Multipower brenda u ovoj kategoriji na ključnim tržištima te osvajanjem novih tržišta.

S marketinškog aspekta, kao jedan od vodećih proizvođača sportske prehrane u Europi, rad SPP-a Sportska i aktivna prehrana će biti i dalje usmjeren na povećanje udjela novih korisnika sportske prehrane među aktivnim sportašima i rekreativcima putem razvoja praktičnosti pakiranja i novih koncepata korištenja proizvoda. U segmentu privatnih marki, SPP je ostvarila odličan rezultat kroz rast postojećih kupaca te razvoj novog asortimana. U narednom razdoblju poseban fokus u ovom segmentu će biti na razvijanju novih kupaca.

Multipower je 2013. godine postao ekskluzivni partner poznatoj biciklističkoj trci Giro d'Italia, čime je proširio portfelj internacionalnih biciklističkih sponzorstava. Natjecanje snažne konkurencije i napornih staza, u trajanju više od 21 dana, činilo je ovu etapnu utrku savršenom platformom za isticanje prednosti Multipowera kao rješenja sportskog nutricionizma za izdržljivost sportaša. Uz kontinuiranu ulogu tehničkog sponzora i službenog dobavljača Cannondale Pro Cycling-a, Multipower je 2013. pružio podršku timu biciklista, između kojih i dvostrukog pobjednika Giro d'Italia Ivana Basso, s nizom proizvoda iz svog Sportsfood asortimana.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA



Strateška distribucijska područja posjeduju visokorazvijeni “know-how“ iz područja upravljanja ključnim kupcima, upravljanja kategorijama proizvoda, upravljanja lancem nabave, trade marketinga i unapređenja prodaje, koji se kontinuirano usklađuje s trendovima na tržištu. Strateška distribucijska područja kao osnovnu djelatnost imaju distribuciju ukupnog asortimana proizvoda iz vlastite proizvodnje i asortimana vanjskih principala te su podijeljena na četiri područja: Hrvatska, SSM (Slovenija, Srbija i Makedonija),

Internacionalna tržišta i HoReCa kanal. Distribucija u Bosni i Hercegovini te Crnoj Gori organizirana je u suradnji s partnerskom kompanijom Ataco.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA

Atlantic Grupa je sa Strateškim distribucijskim područjem Hrvatska (SDP Hrvatska) vodeći distributer nekih od najpoznatijih hrvatskih brendova iz vlastitog asortimana, kao i niza regionalnih i svjetski poznatih visokokvalitetnih brendova. Snažna organizacija koja zaokružuje sve segmente unutar lanca poslovanja, uključujući fokusirano upravljanje robnim markama, optimizirano upravljanje logističkim procesima te visokorazvijeni “know-how“ u upravljanju ključnim i regionalnim kupcima osigurava iznimnu kvalitetu distribucije proizvoda iz vlastitog kao i asortimana vanjskih principala na tržištu Hrvatske. Uz dosadašnji raznovrstan distribucijski asortiman kompanije, koncem 2013. godine sklopljen je ugovor o distribuciji Unilever proizvoda, kojim ukupni asortiman postaje bogatiji za niz svjetski poznatih brendova i to u segmentu prehrane kao i segmentu neprehrane.

Uz distribuciju robnih marki iz vlastitog proizvodnog programa, distribucijska jedinica Hrvatska djeluje kao ovlaštenu distributer uglednih internacionalnih robnih marki od kojih se ističu:

- Wrigley,
- Ferrero,
- Johnson & Johnson,
- Unilever,
- Durex,

WRIGLEY
A Subsidiary of Mars, Incorporated

FERRERO


Unilever


RAUCH
1871-1979

Johnson & Johnson
DURACELL®

- Duracell,
- Schwartau,
- Emco,
- QimiQ,
- Sofidel (Regina),
- Vivera,
- Rauch,
- Orangina,
- i dr.



Od navedenih robnih marki, ukupno devet brendova iz distribucijskog portfelja Atlantic Grupe imaju status Superbrenda, od kojih tri čine vlastite robne marke (Cedevita, Plidenta, Melem), a šest principalske robne marke (Wrigley, Ferrero, Nutella, Kinder, Duracell, Durex).

Poslovanje tijekom 2013. godine je u SDP Hrvatska obilježeno implementacijom nove komercijalne politike, povećanjem i osnaživanjem distribucije uvođenjem jedinstvenog elektronskog sustava TP 2.0, povećanju broja dostavnih mjesta direktne distribucije, fokusiranom pristupu razvoja svih prodajnih kanala, efikasnom upravljanju operativnim troškovima te pripremi za reorganizaciju cijelog SDP Hrvatska (implementacija 01.01.2014.) sa snažnim naglaskom na izvrsnost u upravljanju asortimanom prehrambenih i neprehrambenih proizvoda.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA, SRBIJA, MAKEDONIJA

Atlantic Grupa kroz rad Strateškog distribucijskog područja Slovenija, Srbija i Makedonija (SDP SSM) posluje kao vodeći distributer visokokvalitetnih proizvoda široke potrošnje s robnim markama koje su regionalni i svjetski lideri. Osnovna djelatnost SDP SSM je distribucija ukupnog asortimana proizvoda iz vlastite proizvodnje te asortimana vanjskih principala na tržištu Slovenije, Srbije i Makedonije.

TRŽIŠTE SLOVENIJE

Distribucijska jedinica Slovenija se tijekom poslovanja u 2013. godini potvrdila kao vodeći distributer visokokvalitetnih proizvoda robe široke potrošnje u Sloveniji čiji se distributivni asortiman kontinuirano proširuje. U svrhu olakšanja poslovanja i prilagođavanja sve većim potrebama tržišta, na tržištu Slovenije je u 2013. godini izvršena implementacija novih informatičkih tehnologija – poput implementacije mobilnog ureda za prodajno osoblje.

Uz distribuciju robnih marki iz vlastitog proizvodnog programa, distribucijska jedinica Slovenija je u 2013. godini na slovenskom tržištu poslovala kao ovlaštenu distributer internacionalnih robnih marki od kojih se ističu:

- Ferrero,
- Hipp,
- Italfood,
- Rauch,
- Orangina,
- BIC,
- Stock.



U 2013. distribucijski portfelj osnažen je brendovima BIC i Stock. Godinu je obilježilo snažno prisustvo i vrhunska izloženost u svim distributivnim kanalima te je do kraja poslovne godine zabilježeno prisustvo distribucije asortimana Društva u više od 2.400 maloprodajnih objekata roba široke potrošnje, 5.000 prodajnih aparata i 500 poštanskih ureda širom Slovenije. Također je ostvaren daljnji rast na gotovo svim robnim grupama u distributivnom asortimanu. Distributivna mreža na tom tržištu djeluje kroz sinergiju centralnog Distributivnog Centra u Ljubljani, dvije proizvodne lokacije u Izoli i Rogaškoj Slatini te prodajnog marketinškog tima koji broji 107 osoba.

TRŽIŠTE SRBIJE

U 2013. godini portfelj distribucije proširen je brendovima Klas, Tradicionalno Znanje i Schwartau. Distribucijska jedinica Srbija je tijekom svog poslovanja u 2013. godini izrasla u jednog od tri vodeća distributera visokokvalitetnih proizvoda robe široke potrošnje u Srbiji koji kontinuirano proširuje svoj distributivni asortiman. U svrhu olakšanja poslovanja i prilagođavanja sve većim potrebama tržišta, distribucijska jedinica Srbija je u 2013. godini izvršila implementaciju novih informatičkih tehnologija - poput implementacije druge faze WHS sustava praćenja skladišnog poslovanja u skladištima u Srbiji, LOGNEt sustava organiziranja i praćenja transporta putem Internet burze transporta, nadogradnje postojećih ERP sustavom sa novim naprednim sustavima izvještavanja, a sve je to unaprijedilo komunikaciju, efikasnost i odnose s kupcima i dobavljačima.

Uz distribuciju robnih marki iz vlastitog proizvodnog programa, distribucijska jedinica Srbija je u 2013. godini na srpskom tržištu poslovala kao ovlašteni distributer internacionalnih robnih marki od kojih se ističu:

- Ferrero,
- Zvečevo,
- Gorki List,
- Klas,
- Tradicionalno znanje,
- Schwartau.



Poslovanje u 2013. godini na tržištu Srbije je obilježilo snažno prisustvo i vrhunska izloženost u svim distributivnim kanalima te je do kraja poslovne godine zabilježeno prisustvo distribucije asortimana Društva u više od 15.500 maloprodajnih objekata roba široke potrošnje na tom tržištu. Distributivna mreža Društva na tom tržištu djeluje kroz sinergiju centralnog Distributivnog Centra u Šimanovcima, 4 proizvodne lokacije (Ljubovija, Smederevska Palanka, dvije u Beogradu) te prodajno-marketinško-logističkog tima od 289 osoba.

TRŽIŠTE MAKEDONIJE

Distribucijska jedinica Makedonija se tijekom poslovanja u 2013. godini potvrdila kao jedan od vodećih distributera visokokvalitetnih proizvoda robe široke potrošnje u Makedoniji. U svrhu praćenja sve većih potreba tržišta, u 2013. godini je izvršena nadogradnja informatičkih tehnologija podrške kao i daljnja reorganizacija logističkog poslovanja što je značajno pridonijelo unaprjeđenju komunikacije i odnosa s kupcima i dobavljačima na tom tržištu.

Distribucijska jedinica Makedonija je u 2013. godini uz distribuciju robnih marki iz vlastitog proizvodnog programa na makedonskom tržištu poslovala kao ovlašteni distributer internacionalnih robnih marki:

- Ferrero,
- Bakers,
- Zvečevo,
- Orangina.



Poslovanje kroz 2013. godinu na tržištu Makedonije obilježilo je snažno prisustvo i vrhunska izloženost u svim distributivnim kanalima te je do kraja poslovne godine zabilježeno prisustvo distribucije asortimana Društva u više od 3.000 maloprodajnih objekata roba široke potrošnje na tom tržištu. Distributivna mreža Društva na tom tržištu djeluje kroz sinergiju centralnog Distributivnog Centra u Skopju, te prodajno marketinško logističkog tima od 112 osoba.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HORECA

HoReCa kanal predstavlja distribucijski kanal prema hotelima, restoranima i kafićima te kao takav pruža mogućnost pristupa širokom krugu potrošača. Strategija Atlantic Grupe je razvijati distribuciju u HoReCa kanalu i pozicionirati se u njemu kao vodeći distributer vlastitih i internacionalnih brendova. Potpora takvoj strategiji je zaokruženi distributivni asortiman Atlantic Grupe kojim kompanija pokriva 24-satne potrebe potrošača – bilo da se radi o kavi tokom dana, do osvježavajućih pića za koktele u noćnim satima.



U 2013. godini je na svim Strateško distributivnim područjima HoReCa (SDP HoReCa) – Hrvatska, Srbija, Slovenija, Makedonija – provedena reorganizacija u cilju osiguranja veće distributivne pokrivenosti tržišta, ostvarenja boljih prodajnih rezultata i jačanja HoReCa brendova. Uz optimizaciju prodajnih timova, sva HoReCa tržišta su unificirala poslovne procese i postavila jasne standarde i tehnologije rada.



Dodatno, na razini svih tržišta uspješno su lansirani novi proizvodi, a portfelj internacionalnih brendova na HoReCa tržištu Makedonije je ojačan Nestle Professional proizvodima. S obzirom da je espresso segment prepoznat kao potencijal na



svim tržištima, HoReCa tržišta Hrvatske, Srbije, Slovenije i Makedonije bilježe porast postavljenih espresso aparata, dok je Barcaffé on-the-go dostupan na benzinskim postajama na tržištu Slovenije i Hrvatske. Također je pojačano strateško partnerstvo s pojedinim ključnim kupcima.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MEĐUNARODNA TRŽIŠTA

Glavni cilj Strateškog distribucijskog područja Međunarodna tržišta (SDP Međunarodna tržišta) je ostvariti profitabilan rast na tržištima izvan ključnih tržišta Atlantic Grupe na način da se poveća dostupnost vlastitih brendova kompanije na tim tržištima, ponajviše u maloprodaji. Strategija ulaska na tržište je bazirana na lokalnim tržišnim strukturama gdje SDP Međunarodna tržišta posluje direktno s vodećim maloprodajnim lancima, ali istodobno surađuje i s dugogodišnjim distribucijskim partnerima kako bi se optimizirala dostupnost naših brendova za potrošače.

Potrebno je istaknuti porast dostupnosti naših brendova u Austriji i Španjolskoj, ali i prve rezultate u distribuciji visokokvalitetnih bendova u segmentu osobne njege.

Ključni brendovi Atlantic Grupe za distribuciju na međunarodnim tržištima su: Argeta, Multipower, Cedevita GO! i Donat Mg.

TRŽIŠTE RUSIJE I ZND-a



Rusija i zemlje u okruženju (regija Zajednice Neovisnih Država, ZND) postaju sve važnije za razvoj poslovanja Atlantic Grupe. Krajem 2013. godine je napravljena reorganizacija kojom tržište ZND-a postaje Strateško distribucijsko područje odgovorno za plasman svih robnih marki koje svojim razvojem unutar Strateških poslovnih područja imaju potencijal i priliku za zauzimanjem kvalitetnih pozicija i rasta na ovom iznad prosječno rastućem tržištu.

U 2013. godini su ugovoreni novi višegodišnji ugovori s vodećim distributerima na području Rusije u dijelu SPP Pića i SPP Zdravlje i njega koji osiguravaju rast prihoda i profitabilnosti. Također, za proizvode iz segmenta delikatesnih namaza i dječje hrane ugovoreni su ulasci u vodeće trgovačke lance. Zajedno s tim ugovorima i ugovorima s poddistributerima, očekuje se daljnji rast dostupnosti proizvoda na policama trgovačkih lanaca širom Rusije.

U ostatku zemalja ZND-a najveći rast je ostvaren u Bjelorusiji, Tadžikistanu te Baltičkim zemljama.

BEBI



Najznačajniji proizvod Atlantic Grupe na tržištu Rusije i ZND-a je dječja hrana objedinjena pod brendom Bebi. Pod brendom Bebi se proizvodi široki asortiman dječje hrane od kojeg se ističu žitarice i instant mliječna formula (IMF). Bebi žitarice se mogu pripravljeti s vodom, IMF-om, mlijekom ili majčinim mlijekom. Kako ovaj segment



prehrane podrazumijeva posebno visoke standarde kvalitete i sigurnosti hrane, Bebi se proizvodi isključivo od prirodnih sastojaka te ne sadrži umjetne arome i boje, konzervanse ni GMO. Asortiman Bebi žitarica danas dijelimo u tri posebne linije – Bebi, Bebi Premium i Bebi Junior. Dodatno se uz ove osnovne linije nude proizvodi s mliječnim, bezmliječnim i nisko alergeni sastavom.

Na osnovnom asortimanu žitarica za djecu napravljen je redizajn u linijama Premium i Junior te je ostvaren rast koji je za posljedicu imao rekordnu proizvodnju proizvodnog pogona Mirna. Najznačajniji rast u 2013. godini je ostvaren u kategorijama dječjih biskvita i zamjenskog mlijeka. Krajem 2013. godine ruski stručni časopis za mame "Shape Mama" je dodijelio priznanje za dva Bebi proizvoda za 2013. godinu (dječji biskvit sa 6 žitarica i voćna žitarica za djecu s keksom od 6 mjeseca). Organizacija je dodatno osnažena novim zapošljavanjima unutar segmenata tijekom 2013. godine.



KREATIVNOST

iskazujemo idejama, inovacijama i drukčijim pogledom
na stvari

FINANCIJSKO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE

IZJAVA POTPREDSJEDNIKA ZA FINACIJE I INFORMACIJSKU TEHNOLOGIJU



Financijskim rezultatima u 2013. godini Atlantic Grupa već sedmu godinu za redom ostvaruje najavljena očekivanja te potvrđuje svoj fokus na razvoj poslovanja uz kontinuirano praćenje troškova poslovanja, upravljanje financijskim i operativnim rizicima, razborito upravljanje likvidnošću poslovanja, nastavak smanjenja zaduženosti te ostvarivanje snažnih novčanih rokova iz poslovanja.

Osobito nas veseli što je prošlogodišnje uspješno refinanciranje dugoročnih kreditnih obveza, prvenstveno proizašlih iz akvizicije kompanije Droga Kolinske i preuzimanja kreditnih obveza dotične u 2010. godini, rezultiralo znatno kvalitetnijim kreditnim aranžmanom s

nižom kamatnom stopom te produljenom ročnošću. Posljedično smo u 2013. godini vidjeli značajno smanjenje troškova kamata u odnosu na 2012. godinu. Nadalje, od akvizicije Droga Kolinske u 2010. godini Atlantic Grupa provodi politiku aktivnog upravljanja kamatnim stopama koja zahtjeva da kompanija ima fiksirane kamatne stope po financijskim obvezama u rasponu od 50% do 100% u narednih 12 mjeseci. Ipak, najviše treba istaknuti fokus kompanije na aktivno smanjenje financijske zaduženosti koje se ogleda u padu odnosa neto duga i operativne profitabilnosti prije amortizacije s 4,7 puta na kraju 2010. godine na 3,5 puta na kraju 2013. godine.

U domeni upravljanja rizicima i održavanja likvidnosti, u uvjetima makroekonomske nestabilnosti u regiji koja nas prati još od 2008. godine, Atlantic Grupa kontinuirano prati rizičnost kupaca te proces naplate od većih kupaca uz limitiranje izloženosti onim kupcima koje ocijeni rizičnima. Nakon akvizicije Droga Kolinske, Atlantic Grupa posebnu pozornost posvećuje aktivnom praćenju trendova i hedžiranju cijena sirovina, a prvenstveno sirove kave te također hedžiranju valutnog rizika koji proizlazi iz raznih promjena tečajeva stranih valuta, ponajviše eura (EUR) i američkog dolara (USD).

U segmentu informacijskih tehnologija, u 2013. godini završen je projekt implementacije regionalnog data centra u Zagrebu kojim se na jednom mjestu konsolidirala sva poslužiteljska i mrežna infrastruktura potrebna za rad IT servisa za područje Hrvatske i Slovenije te ista podržava preko 1.000 korisnika u Hrvatskoj, Sloveniji i Rusiji. Konsolidacijom infrastrukture i podrške za IT servise postižu se značajne uštede kroz redefiniranje modela podrške korisnicima, redizajn dijela IT servisa i ujednačavanje tehnološke platforme.

Regionalni data centar će biti infrastrukturna podloga konsolidacijskim projektima u pripremi koji se vežu uz konsolidaciju i integraciju sustava poslovnih rješenja za regiju Hrvatske i Slovenije u segmentu ERP (eng. Enterprise Resource Planning) rješenja i izvještajno-analičkih sustava koji su planirani kroz 2014. godinu.

Krajem trećeg kvartala u rad je pušten novi sustav za nadzor vozila, upravljanje voznim parkom i optimizaciju dostavnih ruta u logistici za distributivnu kompaniju Atlantic Trade Zagreb. Uspješnom implementacijom modernih tehnologija u praćenju vozila i optimizaciji dostavnih ruta podignuta je kvaliteta isporuke roba kupcima

uz mjerljiv učinak u segmentu uštede na troškovima voznog parka. Temeljem uspješnog projekta isto rješenje je započelo s primjenom u zadnjem kvartalu 2013. godine i u distributivnoj kompaniji Atlantic Brands u Srbiji te će se do kraja implementirati u prvoj polovici 2014. godine.

Zoran Stanković,

Potpredsjednik Grupe za Financije i Informacijsku tehnologiju

A handwritten signature in blue ink, consisting of the letters 'St' followed by a long, horizontal, wavy line that ends in a small loop.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2013. GODINI

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

(u tisućama kuna)	2013.	2012.	2013./2012.
SPP Pića	651.991	671.934	(3,0%)
SPP Kava	1.087.157	1.090.672	(0,3%)
SPP Slatko i slano	617.494	600.473	2,8%
SPP Delikatesni namazi	458.843	463.664	(1,0%)
SPP Sportska i aktivna prehrana	780.992	679.971	14,9%
SPP Zdravlje i njega	505.954	481.328	5,1%
SDP Hrvatska	806.721	876.829	(8,0%)
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	1.938.605	1.930.387	0,4%
Ostali segmenti*	423.659	373.152	13,5%
Usklada**	(2.220.129)	(2.237.969)	(0,8%)
Prihod od prodaje	5.051.287	4.930.441	2,5%

Atlantic Grupa je u **2013. godini ostvarila 5,1 milijardu kuna prihoda od prodaje** što predstavlja rast od 2,5% u odnosu na prethodnu godinu. Navedeni rast najviše je posljedica rasta prodaje u strateškim poslovnim područjima Sportske i aktivne prehrane, Zdravlja i njega te Slatkog i slanog, čime je nadoknađen pad prihoda od prodaje ostalih strateških poslovnih područja te Strateškog distribucijskog područja Hrvatska.

- Na ostvarene prihode od prodaje **Strateško poslovnog područja Pića** negativno je djelovala privremena obustava distribucije na tržištu Hrvatske u prvom kvartalu 2013. godine uslijed pregovora oko implementacije novih komercijalnih uvjeta, ali i općenito nepovoljna kretanja u segmentu pića na regionalnom tržištima (npr. kategorija bezalkoholnih pića pada volumno 6,8% u Sloveniji). Promatrano po tržištima, pad je ostvaren na tržištima Bosne i Hercegovine te Hrvatske, dok je najznačajniji rast ostvaren na tržištima Rusije, Italije i Makedonije. Promatrano po najzastupljenijim kategorijama, vitaminski instant napici čine 43% prodaje, gazirana bezalkoholna pića 26%, a funkcionalne vode 20% prodaje. Pritom, najveći pad je ostvaren u kategoriji vitaminskih instant napitaka i kategoriji gaziranih bezalkoholnih pića, dok je najveći rast ostvarila

Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja, bilo kroz Strateška distribucijska područja) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Da bi se izbjeglo dvostruko prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda provodi se eliminacija u liniji "Usklada".

*Ostali Segmenti uključuju SDP HoReCa, Tržište Rusije te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata. SDP Internacionalna tržišta se neće do daljnjeg posebno izdvajati nego će njegovi prihodi od prodaje i profitabilnost biti prikazani unutar SPP-a na koji se odnose. Tržište Rusije do daljnjeg će uključivati samo prodaju asortimana dječje hrane pod brendom Bebi.

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

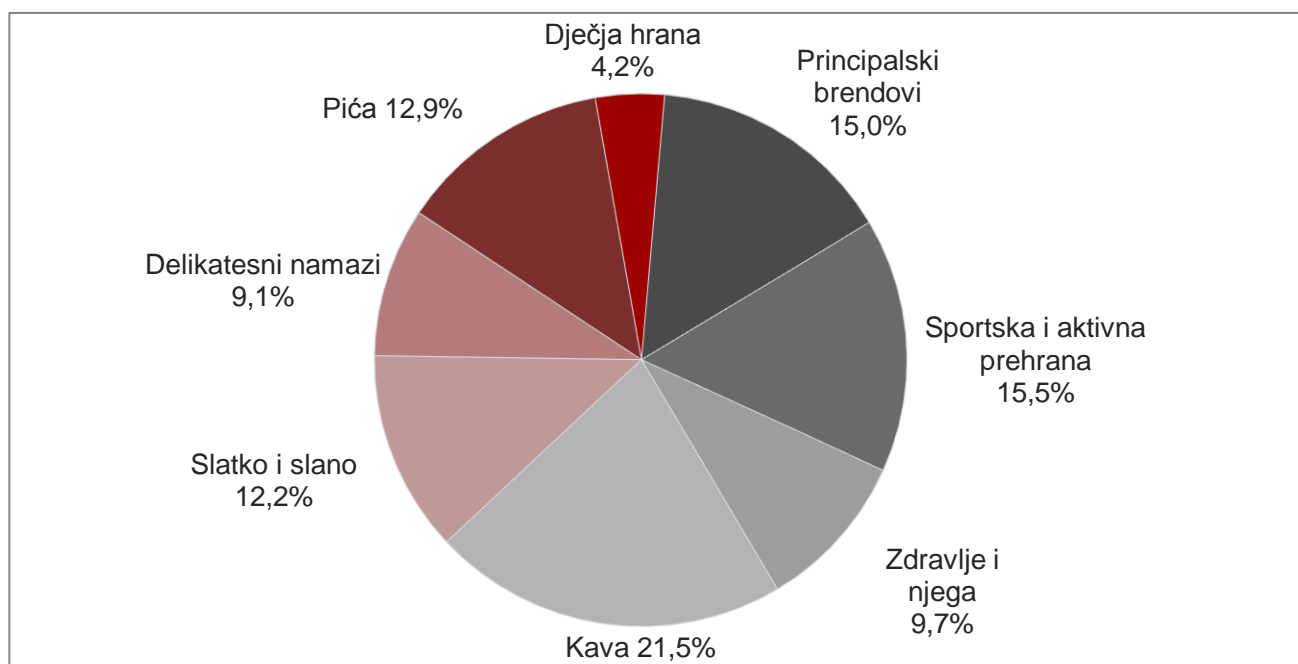
kategorija funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, najznačajniji na tržištu Slovenije, Rusije i Italije, djelomično potaknut i novim dizajnom ambalaže.

- U **Strateško poslovnom području Kava** tržište Srbije je ostvarilo niže prihode od prodaje reflektirajući tako nepovoljna tržišna kretanja u kategoriji turske kave i preusmjeravanje marketinga u akcijske rabate, što je ublaženo rastom na ostalim tržištima od kojih je najznačajniji zabilježen na tržištima Slovenije, Bosne i Hercegovine te Hrvatske. Tržište Hrvatske je ostvarilo dvoznamenkastu stopu rasta uslijed rasta brenda Barcaffe u turskoj i espresso kategoriji u maloprodajnom i HoReCa kanalu. Promatrano po kategorijama, najzastupljenija je turska kava s 89 postotnim udjelom, espresso zauzima 5% prodaje, a instant 3%. Pritom, najznačajniji rast je ostvaren u instant kategoriji i kategoriji turske kave. Instant kategorija je ostvarila dvoznamenkastu stopu rasta ponajviše uslijed rasta prihoda od prodaje brenda Grand kafa na tržištu Srbije, a kategorija turske kave je najbolje rezultate ostvarila na tržištima Slovenije i Hrvatske s brendom Barcaffe te na tržištu Bosne i Hercegovine s brendom Grand kafa.
- **Strateško poslovno područje Slatko i slano** je zabilježilo rast prihoda od prodaje ponajviše uslijed dobrih rezultata na tržištima Srbije, Makedonije i Hrvatske. Promatrajući po kategorijama, slatki segment čini 66% prodaje, a slani segment 34%, dok od najzastupljenijih pojedinačnih kategorija flips čini 30%, čokolada 29%, a keksi 16% ukupne prodaje. Pritom, najveći rast prihoda od prodaje je ostvaren u kategorijama flipsa, čokolade i keksa. Kategorija flipsa s brendom Smoki te kategorija keksi s brendom Štark su ostvarile rast na svim regionalnim tržištima, dok je kategorija čokolade najznačajniji rast ostvarila s brendom Menaž na tržištima Srbije te Bosne i Hercegovine.
- **Strateško poslovno područje Delikatesni namazi** je ostvarilo 1,0% niže prihode od prodaje ponajviše uslijed slabijih rezultata brenda Argeta na tržištima: (i) Bosne i Hercegovine pod utjecajem pada kategorije, ali i loše makroekonomske situacije koja je rezultirala manjom potrošnjom premium proizvoda u koje se ubraja i Argeta, (ii) Kosova uslijed smanjenja zaliha kod distributera te (iii) Srbije pod utjecajem smanjene potrošnje premium brandova. Krajem godine su negativna kretanja zaustavljena ponajviše kombiniranjem ATL i BTL marketinških ulaganja (marketinška kampanja „Odobrile mame“ te cjenovni diskonti). S druge strane, značajan rast prodaje na tržištima Slovenije, Austrije (kao drugom i trećem najvećem tržištu delikatesnih namaza), Rusije i Švedske te ulazak na tržište Španjolske ublažio je pad prihoda od prodaje na navedenim tržištima.
- Dvoznamenkasta stopa rasta **Strateško poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana** ponajviše je posljedica rasta prihoda od prodaje na tržištima Njemačke, Španjolske i Rusije. Promatrajući po brendovima, rast prihoda od prodaje su ostvarili svi brendovi iz segmenta sportske i aktivne prehrane – Multipower, Champ i Multaben. Brend Multipower je najveći rast prihoda od prodaje ostvario na tržištima Njemačke, Španjolske i Rusije. Privatne robne marke su ostvarile dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje, prvenstveno potaknut rastom prihoda od prodaje na tržištima Njemačke i Švicarske.
- **Strateško poslovno područje Zdravlje i njega** bilježi rast prihoda od prodaje uslijed: (i) rasta prodaje Multivite na tržištu Rusije, (ii) rasta prodaje vlastitih proizvoda iz asortimana Dietpharma i novih principalskih brendova u asortimanu Atlantic Pharmacentra te (iii) prodaje od 9 novoootvorenih jedinica u ljekarničkom lancu Farmacia. Promatrajući po tržištima, najznačajniji rast je ostvaren na tržištu Hrvatske te na tržištu

Rusije na kojem je uspješno odrađena promjena distributera čime su se u nastavku 2013. godine nadoknadili prihodi od prodaje koji su izostali tijekom prvog kvartala.

- Niži prihodi od prodaje **Strateškog distribucijskog područja Hrvatska** posljedica su: (i) privremene obustave distribucije vlastitih i principalskih brendova u prvom kvartalu 2013. godine tijekom pregovora oko implementacije novih komercijalnih uvjeta, (ii) nižih prihoda od prodaje segmenta pića te (iii) prestanaka distribucije asortimana one2play-a i Red Bull-a. Navedeni rezultat je ublažen rastom prodaje pojedinih vlastitih brendova poput brenda Barcaffa u kategoriji turske kave i brenda Smoki u kategoriji flipsa, ali i rastom pojedinih principalskih brendova poput Ferrera i Raucha.
- **Strateško distribucijsko područje Slovenija, Srbija, Makedonija** bilježi blagi rast prodaje potaknut: (i) segmentom slatko i slano, (ii) kategorijom funkcionalnih voda te (iii) principalskim brendovima, čime je anuliran pad prihoda od prodaje segmenata kave i delikatesnih namaza. Promatrajući tržišta pojedinačno, distribucija na tržištu Slovenije je ostvarila rast prihoda od prodaje ponajprije kao rezultat viših prihoda segmenata kave, delikatesnih namaza i principalskih brendova. Distribucija je zabilježila niže prihode od prodaje na tržištu Srbije ponajviše pod utjecajem pada prodaje kategorije turske kave te na tržištu Makedonije ponajprije uslijed niže prodaje segmenta delikatesni namazi.
- **Ostali segmenti** su ostvarili značajan rast prihoda od prodaje posljedično na dvoznamenkastu stopu rasta prodaje tržišta Rusije potaknut prvenstveno snažnim rastom prodaje dječje hrane s brendom Bebi. Strateško distribucijsko područje HoReCa je također zabilježilo rast prihoda od prodaje ponajviše uslijed rasta distribucije segmenta kave, kategorije vitaminskih instant napitaka te pojedinih principalskih brendova.

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA



PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	2013.	% prihoda od prodaje	2012.	% prihoda od prodaje	2013./2012.
Hrvatska	1.254,1	24,8%	1.313,3	26,6%	(4,5%)
Srbija	1.215,2	24,1%	1.226,8	24,9%	(0,9%)
Slovenija	689,3	13,6%	648,7	13,2%	6,3%
Bosna i Hercegovina	364,2	7,2%	377,0	7,6%	(3,4%)
Ostala tržišta regije*	317,1	6,3%	316,9	6,4%	0,0%
Ključna europska tržišta**	589,8	11,7%	542,8	11,0%	8,7%
Rusija i ZND	299,3	5,9%	245,0	5,0%	22,2%
Ostala tržišta	322,3	6,4%	260,0	5,3%	24,0%
Prihod od prodaje	5.051,3	100,0%	4.930,4	100,0%	2,5%

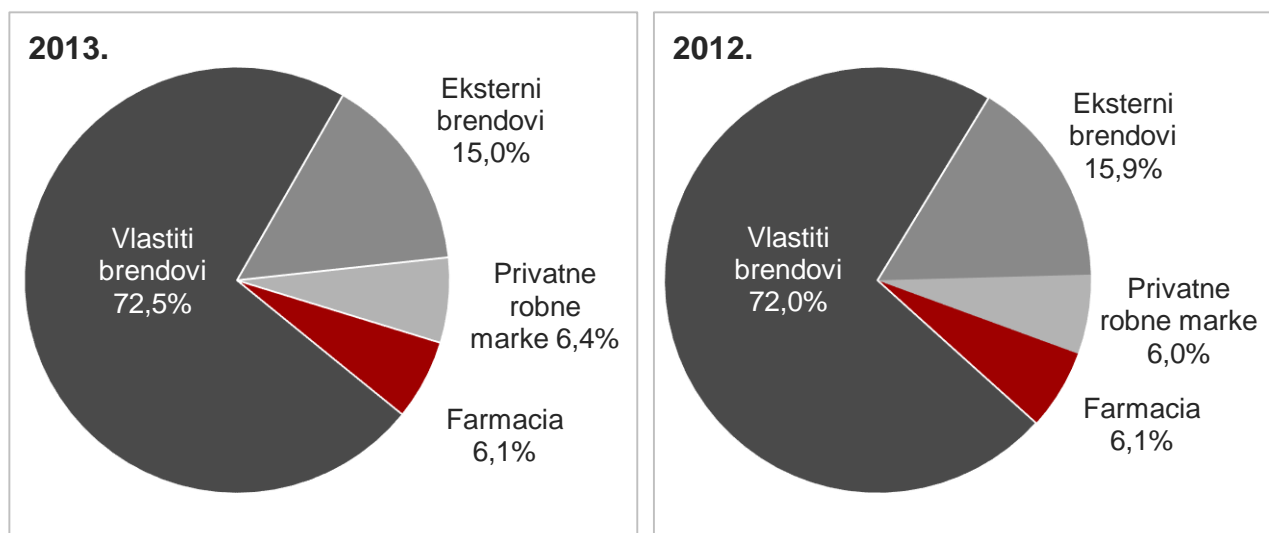
- **Tržište Hrvatske** je ostvarilo 4,5% niže prihode od prodaje uslijed: (i) privremene obustave distribucije u prvom kvartalu 2013. godine tijekom pregovora oko implementacije novih komercijalnih uvjeta, (ii) niže prodaje segmenta pića te (iii) prestanaka distribucije asortimana one2play-a i Red Bull-a. Pad prihoda od prodaje na tržištu Hrvatske je ublažen rastom prihoda od prodaje: (i) ljekarničkog lanca Farmacia, (ii) kategorijama turske i espresso kave s brendom Barcaffè, (iii) kategorije flipsa s brendom Smoki, (iv) brenda Dietpharm, (v) principalskih brendova kroz veledrogerijsko poslovanje te (vi) pojedinih principalskih brendova kroz distribucijsko poslovanje.
- Niži prihodi od prodaje na **tržištu Srbije** rezultat su niže prodaje kategorije turske kave te segmenta delikatesni namazi. Manji prihodi od prodaje kategorije turske kave reflektiraju nepovoljno kretanje same kategorije na tržištu koja je zabilježila volumni pad od 5,5% u odnosu na prethodnu godinu. S druge strane, rast prihoda od prodaje je ostvaren u: (i) kategoriji gaziranih bezalkoholnih pića s brendom Cockta (i to najviše u HoReCa kanalu), (ii) segmentu slatko i slano s brendovima Smoki, Štark i Menaž te (iii) segmentu principalskih brendova ponajprije kao rezultat distribucije brenda Gorki list čija je distribucija započela u kolovozu 2012. godine.
- Najveći doprinos rastu prihoda od prodaje **tržišta Slovenije** je došao od: (i) kategorije turske kave (iako je kategorija na tržištu zabilježila volumni pad od 0,9%) s brendom Barcaffè, (ii) kategorije funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, (iii) segmenta delikatesni namazi s brendovima Argeta i Montana te (iii) principalskih brendova i to najviše Ferrera te principala koji nisu bili distribuirani u istom razdoblju prethodne godine (Rauch, Stock).

* Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

** Ključna europska tržišta: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija, Švicarska, Austrija, Švedska, Španjolska

- Niži prihodi od prodaje **tržišta Bosne i Hercegovine** su rezultat nižih prihoda segmenta pića te segmenta delikatesni namazi. Na prodaju segmenta delikatesni namazi je negativno utjecao pad kategorije na tržištu (volumni pad od 0,8%), ali i loša makroekonomska situacija koja je rezultirala manjom potrošnjom premium proizvoda u koje se ubraja i Argeta. S druge strane, rast prihoda od prodaje je zabilježen u: (i) kategoriji turske kave s brendom Grand kafa, (ii) kategorijama kekisa (brend Štark) i čokolade (brend Menaž) te (iv) kategoriji flipisa s brendom Smoki.
- **Ostala tržišta regije** su ostvarila rezultat na razini prethodne godine s nižim prihodima od prodaje segmenta delikatesni namazi, što je nadoknađeno rastom prihoda od prodaje u: (i) kategoriji flipisa s brendom Smoki, (ii) kategoriji kekisa s brendom Štark, (iii) kategoriji gaziranih bezalkoholnih pića s brendom Cockta te (iv) kategoriji turske kave s brendom Grand kafa.
- Najveći doprinos 8,7% višim prihodima od prodaje **ključnih europskih tržišta** došao je od rasta segmenta sportske i aktivne prehrane u kojem su rast ostvarili brendovi Multipower, Champ i Multaben te privatne robne marke. Rast prihoda od prodaje također bilježi segment delikatesni namazi s brendom Argeta koji je ostvario rast na tržištima Austrije, Švedske i Švicarske te kategorija funkcionalnih voda s brendom Donat Mg.
- Na snažan 22,2 postotni rast prihoda od prodaje **tržišta Rusije i Zajednice Neovisnih Država** najviše je utjecao dvoznamenkasti rast prodaje segmenta dječje hrane s brendom Bebi (u dva najzastupljenija podsegmenta, žitarice i mliječna formula). Dodatno, rast prihoda od prodaje je ostvaren i u (i) segmentu zdravlja i njege s brendom Multivita, (ii) segmentu delikatesni namazi s brendom Argeta, (iii) segmentu sportska i aktivna prehrana s brendom Multipower te u (iv) kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg.
- **Ostala tržišta** su ostvarila 24,0% rasta prihoda od prodaje uslijed rasta prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane s brendom Multipower i privatnim robnim markama.

PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA



- **Vlastiti brendovi** su u 2013. godini ostvarili 3.660,5 milijuna kuna prihoda od prodaje što je rast od 3,1% u odnosu na 2012. godinu. Najznačajniji rast je ostvaren u: (i) segmentu dječje hrane s brendom Bebi, (ii) segmentu sportske i aktivne prehrane s brendovima Multipower, Champ i Multaben, (iii) segmentu slatko i slano s brendovima Smoki i Štark (iv) segmentu zdravlja i njege s brendovima Multivita i Dietpharm te (vi) kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg. S druge strane, zbog ranije navedenih razloga, brend Grand Kafa u segmentu kave, brendovi Cedevita i Cockta u segmentu pića te Argeta u segmentu delikatesni namazi bilježe nižu jednoznaменkastu stopu pada.
- S ostvarenih 756,8 milijuna kuna prihoda od prodaje **principalski brendovi** bilježe 3,2% niži rezultat u odnosu na 2012. godinu, posljedično na obustavu distribucije u prvom kvartalu uslijed pregovora oko implementacije novih komercijalnih uvjeta te prestanka distribucije asortimana one2play-a i Red Bull-a.
- **Privatne robne marke** su ostvarile 325,5 milijuna kuna prihoda od prodaje što je rast od 10,0% u odnosu na 2012. godinu. Rast se ponajviše odnosi na asortiman sportske i aktivne prehrane.
- Ljekarnički lanac **Farmacia** je ostvario 308,5 milijuna kuna prihoda od prodaje što je 2,8% bolji rezultat u odnosu na 2012. godinu zahvaljujući novootvorenim jedinicama. Na 31.12.2013. godine, ljekarnički lanac Farmacia u svom sastavu ima 48 ljekarni (3 više u odnosu na 2012. godinu) i 19 specijaliziranih prodavaonica (6 više u odnosu na 2012. godinu).

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2013. GODINI

PROFITABILNOST ATLANTIC GRUPE

(u milijunima kuna)	2013.	2012.	2013./2012.
Prihod od prodaje	5.051,3	4.930,4	2,5%
EBITDA	590,8	575,1	2,7%
Normalizirana EBITDA	590,8	558,6	5,8%
EBIT	424,6	395,1	7,5%
Normaliziran EBIT	424,6	399,2	6,4%
Neto dobit/gubitak	199,0	66,1	201,0%
Normalizirana Neto dobit/gubitak	199,0	112,5	77,0%
Profitne marže			
EBITDA marža	11,7%	11,7%	+3 bb
Normalizirana EBITDA marža	11,7%	11,3%	+37 bb
EBIT marža	8,4%	8,0%	+39 bb
Normalizirana EBIT marža	8,4%	8,1%	+31 bb
Neto profitna marža	3,9%	1,3%	+260 bb
Normalizirana Neto profitna marža	3,9%	2,3%	+166 bb

Atlantic Grupa je u 2013. godini ostvarila 5,8% višu **EBITDA** pod utjecajem (i) rasta prodaje, (ii) troškovne optimizacije i unapređenja poslovnih procesa te (iii) povoljnih kretanja cijena pojedinih sirovina na svjetskim robnim tržištima, prvenstveno kave, čiji efekt je pojačan utjecajem kretanja EURUSD tečaja. Ipak, na ostvareni rezultat negativno je utjecala privremena obustava distribucije vlastitih i principalskih brendova tijekom prvog kvartala ove godine na tržištu Hrvatske koja je rezultirala manjim prihodima od prodaje uz iste fiksne troškove.

U 2013. godini ostvaren je 6,4% viši **EBIT** pri čemu je poboljšanje operativne profitabilnosti došlo ponajprije zahvaljujući utjecajima iz operativnog poslovanja. Rast je bio djelomično ograničen umanjnjem vrijednosti dugotrajne nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe u iznosu od 27,1 milijun kuna.

U 2013. godini **neto dobit** je povećana za 1.8 puta što je uz poboljšanje operativnog rezultata posljedica: (i) značajnog smanjenja troškova kamata za 26,1% uslijed uspješnog refinanciranja dugoročnih kreditnih obveza završenog krajem 2012. godine te (ii) povoljnijih kretanja deviznih tečajeva, čime su smanjeni prošlogodišnji neto gubici od tečajnih razlika nastali prvenstveno zbog deprecijacije srpskog dinara. Negativan pak utjecaj je imalo značajno povećanje efektivne porezne stope na 21% s prošlogodišnjih 6% uslijed prošlogodišnjeg priznavanja odgođenog poreznog sredstva temeljem očekivanog korištenja poreznih gubitaka.

Jednokratne stavke izuzete u procesu normalizacije u 2012. godini:

- Iznad EBITDA razine;
 - i. +1,1 milijuna kuna transakcijskih troškova vezanih uz akviziciju Droge Kolinske i refinanciranje,
 - ii. +3,1 milijuna kuna troškova restrukturiranja u SPP Sportska i aktivna prehrana,
 - iii. -20,7 milijuna kuna dobiti uslijed ukidanja obveze po opciji za prodaju nekretnine u Ljubljani.
- Iznad EBIT razine;
 - i. -16,5 milijuna kuna koje se odnose na stavke s utjecajem iznad EBITDA razine,
 - ii. +20,7 milijuna kuna utjecaja od umanjenja knjigovodstvene vrijednosti nekretnine u Ljubljani.
- Iznad EBT (Dobit prije poreza) razine;
 - i. +4,2 milijuna kuna koje se odnose na stavke s utjecajem iznad EBIT razine,
 - ii. +42,2 milijuna kuna utjecaja od troškova refinanciranja.

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	2013.	% prihoda od prodaje	2012.*	% prihoda od prodaje	2013./2012.
Nabavna vrijednost prodane robe	1.223,5	24,2%	1.155,4	23,4%	5,9%
Promjene vrijednosti zaliha	(4,6)	(0,1%)	(3,7)	(0,1%)	n/p
Proizvodni materijal	1.652,2	32,7%	1.750,1	35,5%	(5,6%)
Energija	63,7	1,3%	64,8	1,3%	(1,8%)
Usluge	324,9	6,4%	314,9	6,4%	3,2%
Troškovi osoblja	672,1	13,3%	650,4	13,2%	3,3%
Troškovi marketinga i prodaje	351,8	7,0%	320,8	6,5%	9,7%
Ostali operativni troškovi	210,4	4,2%	182,5	3,7%	15,3%
Ostali dobici/gubici - neto	7,5	0,1%	(9,1)	(0,2%)	n/p
Amortizacija	166,2	3,3%	159,4	3,2%	4,2%
Ukupni operativni troškovi	4.667,6	92,4%	4.585,6	93,0%	1,8%

Rast troška nabavne vrijednosti prodane robe rezultat je promjene strukture proizvodnog portfelja u 2013. godini u kojem raste udio privatnih robnih marki i vlastitih brendova s outsourciranom proizvodnjom.

Trošak proizvodnog materijala se u promatranom razdoblju smanjio za 5,6% ponajviše zbog povoljnog kretanja cijena pojedinih sirovina na globalnom tržištu roba, prvenstveno cijena kave. Ipak, pojedine sirovine bilježe rast cijena u 2013. godini poput mlijeka u prahu i tune.

Troškovi usluga porasli su za 3,2% uslijed (i) viših troškova transporta i logistike ponajviše zbog rasta prodaje u segmentu dječje hrane na tržištu Rusije i ZND (dok je proizvodnja locirana u Sloveniji) i promjene

* Normalizirano

distribucijskog modela Multivite na tržištu Rusije te (ii) viših troškova najma vezanih uz otvaranje novih lokacija ljekarničkih prodajnih mjesta.

Troškovi osoblja u 2013. godini viši su za 3,3% ponajviše uslijed rasta bonusa zaposlenicima. Na 31.12.2013. Atlantic Grupa je imala 4.228 zaposlenih, od kojih je 86,4% zaposleno na tržištima Hrvatske, Srbije i Slovenije, dok je na 31.12.2012. godine broj zaposlenih iznosio 4.247.

Troškovi marketinga i prodaje su u 2013. godini povećani za 9,7% uslijed intenzivnijih marketinških aktivnosti ponajviše u segmentu kave u skladu s pojačanim ulaganjima konkurencije, a sve zbog prostora koji se otvorio na tržištu uslijed pada cijene sirove kave na globalnom tržištu.

Ostali operativni troškovi su viši zbog rezerviranja za rizike i potencijalne troškove vezane uz pogoršano gospodarsko stanje u regiji i određene sudske sporove.

PROFITABILNOST STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	2013.	2012.*	2013./2012.
SPP Pića	122,2	137,0	(10,8%)
SPP Kava	238,7	156,7	52,3%
SPP Slatko i slano	111,8	115,3	(3,0%)
SPP Delikatesni namazi	123,3	122,8	0,4%
SPP Sportska i aktivna prehrana	22,6	14,4	57,5%
SPP Zdravlje i njega	47,9	57,3	(16,3%)
SDP Hrvatska	15,2	12,6	20,8%
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	82,6	84,5	(2,3%)
Ostali segmenti	(173,6)	(142,0)	22,3%
Grupni EBITDA	590,8	558,6	5,8%

Normalizirana profitabilnost po segmentima je prepravljena u 2012. godini kako bi bila usporediva s rezultatima 2013. godine.

SPP Pića: Pad profitabilnosti u 2013. godini prvenstveno reflektira niže prihode od prodaje većine kategorija te viša marketinška ulaganja.

SPP Kava: Snažan rast profitabilnosti ponajviše odražava povoljna kretanja cijene sirove kave na svjetskim globalnim tržištima roba čiji efekt je dodatno pojačan utjecajem kretanja EURUSD tečaja.

* Normalizirano

SPP Slatko i slano: Blaži pad profitabilnosti reflektira pripremu za lansiranje novog proizvoda Flipster u kategoriji peleta i rast troškova osoblja uslijed usklađivanja s rastom inflacije.

SPP Delikatesni namazi: Profitabilnost blago raste unatoč padu prihoda od prodaje što pak reflektira poboljšanje bruto profitne marže bazirano na boljem proizvodnom miksu te marketinške uštede.

SPP Sportska i aktivna prehrana: Snažan rast profitabilnosti dolazi posljedično na rast prihoda od prodaje uz stabilne operativne troškove.

SPP Zdravlje i njega: Pad profitabilnosti odražava nižu profitabilnost ljekarničkog lanca Farmacia ponajviše uslijed rasta troškova najma i osoblja na temelju novootvorenih ljekarničkih jedinica te nižu profitabilnost segmenta osobne njege i kozmetike uslijed poskupljenja sirovina i ulaganja u marketing.

SDP Hrvatska: Unatoč padu prihoda od prodaje poboljšanje profitabilnosti reflektira bolju bruto profitabilnost nastavno na bolji proizvodni miks te niže troškove usluga i osoblja.

SDP Slovenija, Srbija, Makedonija: Niža profitabilnost segmenta reflektira pad profitabilnosti na tržištima Srbije i Makedonije ponajviše uslijed lošije bruto profitabilnosti uzrokovane koncentracijom kupaca. Pad ova dva tržišta ipak je djelomično anuliran rastom profitabilnosti tržišta Slovenije potaknut rastom prihoda od prodaje i poboljšane bruto profitabilnosti.

FINANCIJSKI POKAZATELJI U 2013. GODINI

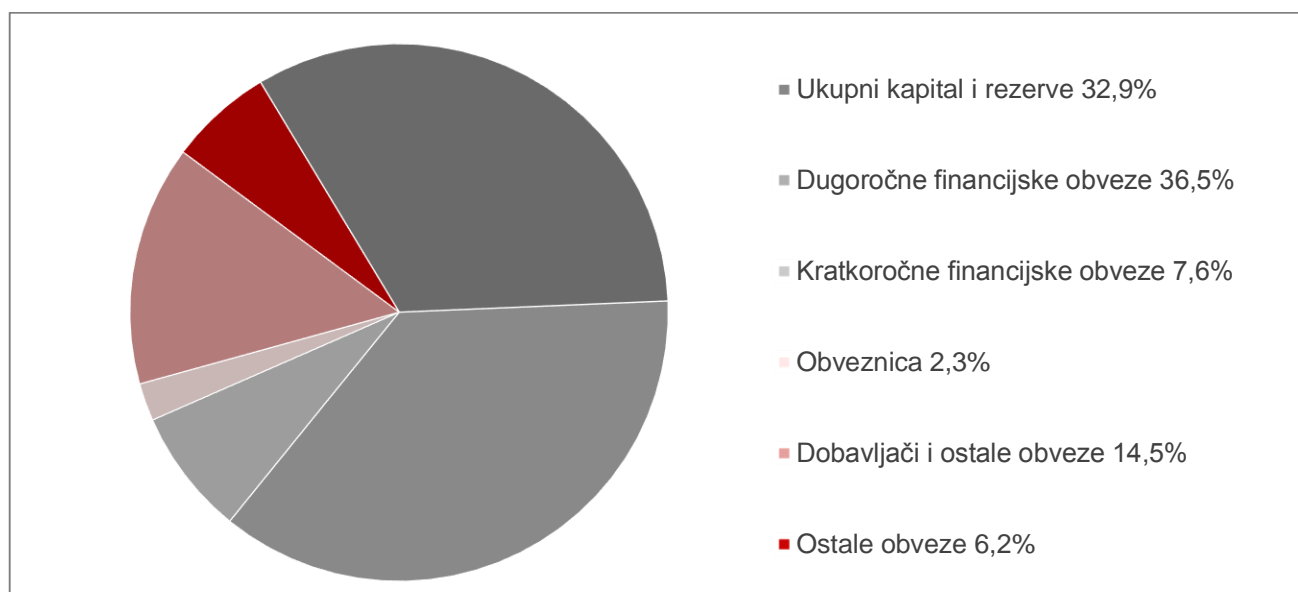
(u milijunima kuna)	2013.	2012.
Neto dug	2.059,3	2.353,1
Ukupna imovina	5.082,8	5.149,5
Ukupno kapital i rezerve	1.674,5	1.461,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,8	1,8
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	55,2%	61,7%
Neto dug/EBITDA*	3,5	4,2
Pokriće troška kamata*	3,7	2,6
Kapitalna ulaganja	100,0	78,8
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	420,2	296,0

*Normalizirano u 2012. godini

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2013. godini potrebno je istaknuti sljedeće:

- Neto dug od 2.059,3 milijuna kuna smanjen je za 293,8 milijuna kuna u odnosu na kraj 2012. godine i reflektira financijski dug od 2.356,2 milijuna kuna, neto derivativne obveze od 28,7 milijuna kuna te iznos novca i novčanih ekvivalenata te depozita od ukupno 325,6 milijuna kuna. Posljedično, pokazatelji zaduženosti su: (i) odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug od 55,2%, (ii) odnos neto duga i normalizirane EBITDA od 3,5 puta te (iii) pokriće troška kamata s EBITDA od 3,7 puta. Navedeni pokazatelji reflektiraju fokus kompanije na kontinuirano smanjenje zaduženosti.

Struktura pasive bilance Atlantic Grupe na dan 31. prosinca 2013. godine je sljedeća:



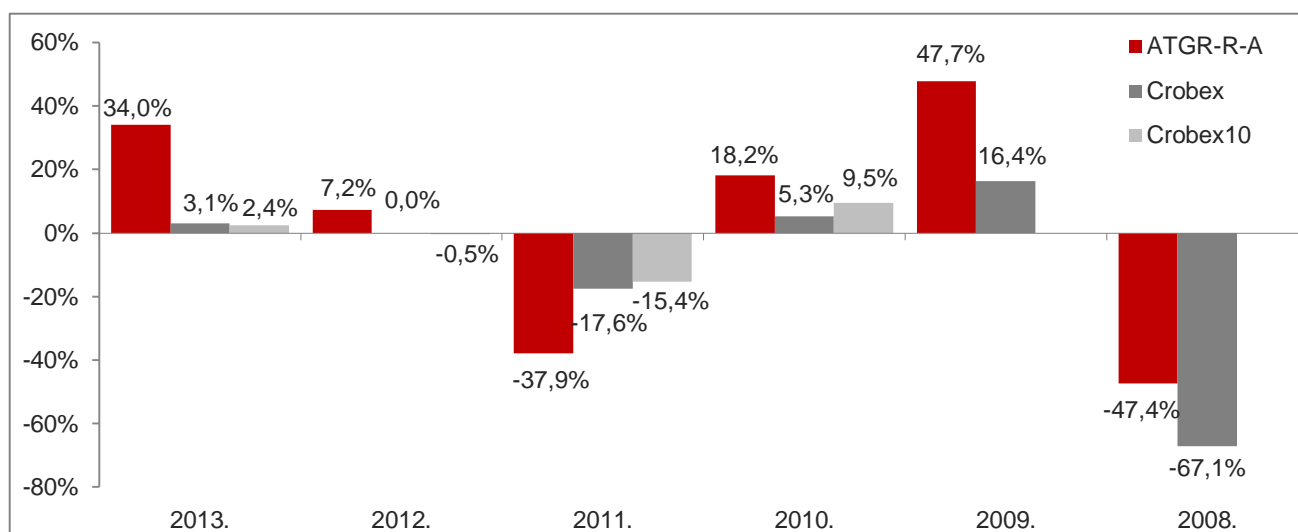
Kapitalna ulaganja kompanije u 2013. godini iznose 100,0 milijuna kuna, pri čemu se najznačajnije investicije odnose na:

- (i) SPP Kava: automatizacija linije za kavu te nabava espresso i Coffee 2 Go aparata,
- (ii) SPP Slatko i slano: ulaganje u stroj za pakiranje flipsa, ulaganje u opremu za proizvodnju peleta i nabava linije za proizvodnju filova,
- (iii) SPP Pića: ulaganje u liniju za omatanje zbirnih pakiranja Donat Mg-a, ulaganje u opremu za proizvodnju nove boce Donat Mg-a, nabava automatske linije za pakiranje Cedevita granula,
- (iv) SPP Zdravlje i njega: uređenje ljekarni i specijaliziranih prodavaonica te
- (v) Ostalo: ulaganja vezana za HRIS (human resources information system) sustav te projekt izgradnje, implementacije i preseljenja regionalnog data centra u Zagrebu.

OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA U 2013. GODINI

U 2013. godini trgovanje na Zagrebačkoj burzi nije ponudilo oporavak u odnosu na godinu prije. Promet dionicama je pao 6,8%, dok je promet svih vrijednosnica niži za 1,2%. Volumen trgovanja dionicama je pao 6,6%, dok je ukupan volumen svih vrijednosnica zabilježio pad od 39,7%. U navedenim uvjetima dionički indeks CROBEX porastao je za 3,1%, dok je dionički indeks CROBEX10 rastao za 2,4% u odnosu na 2012. godinu. Dionica Atlantic Grupe uvjerljivo je nadmašila rast oba navedena indeksa te je 2013. godinu završila s cijenom od 718,00 kuna što je rast od 34,0% unutar godine dana.

OSTVARENJE NA DIONIČKOM TRŽIŠTU

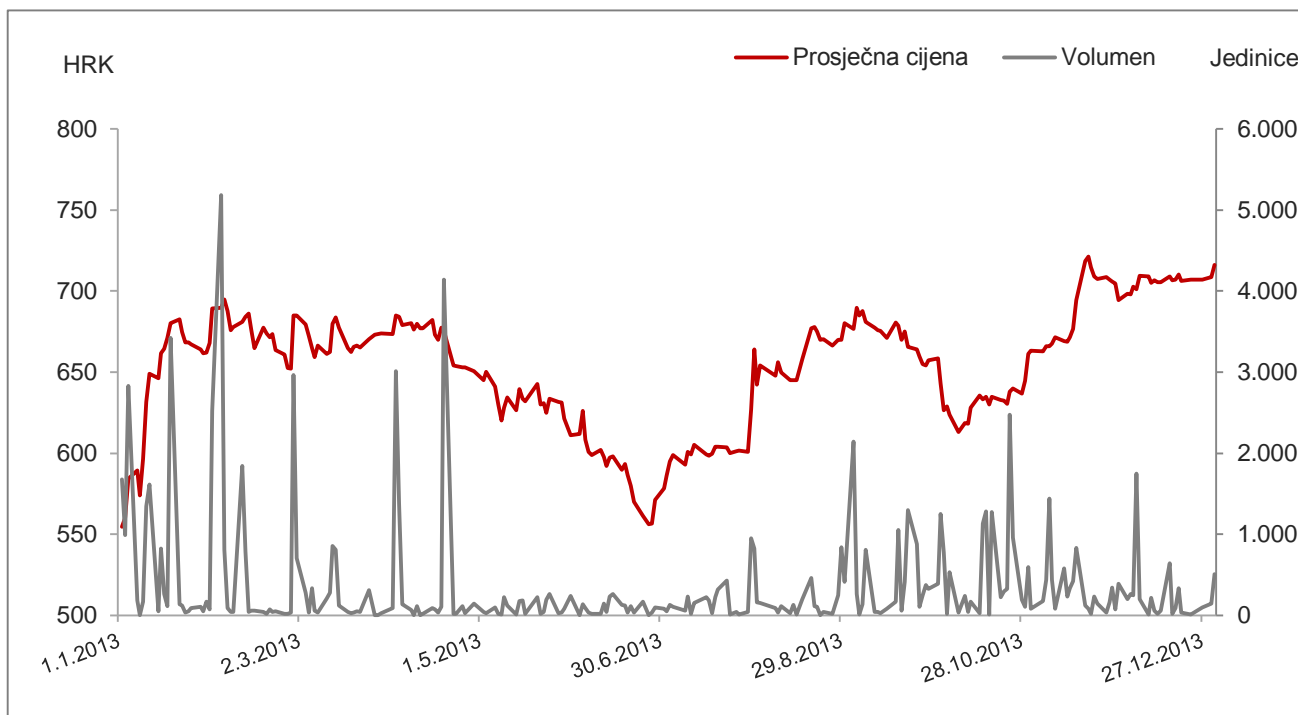


Prosječna cijena dionice Atlantic Grupe u 2013. godini iznosila je 653,4 kune, dok je prosječan dnevni promet iznosio 237,8 tisuća kuna što je porast od 18,3% u odnosu na prethodnu godinu. U 2013. godini dionica Atlantic Grupe je bila 13. najtrgovanija dionica na Zagrebačkoj burzi što je pomak za 3. mjesto u odnosu na 2012. godinu. S prosječnom tržišnom kapitalizacijom od 2.178,7 milijuna kuna Atlantic Grupa zauzima peto mjesto među sastavnicama dioničkog indeksa CROBEX10.

Valucija	2013.	2012.
Zaključna cijena u godini	718,0	536,0
Tržišna kapitalizacija* (u milijunima kuna)	2.394,0	1.787,2
Prosječni dnevni promet (u tisućama kunama)	237,8	201,0
EV (u milijunima kuna)	4.504,7	4.187,5
EV/EBITDA**	7,6	7,5
EV/EBIT**	10,6	10,5
EV/prodaja**	0,9	0,8
EPS** (u kunama)	58,5	30,5
P/E**	12,3	17,6

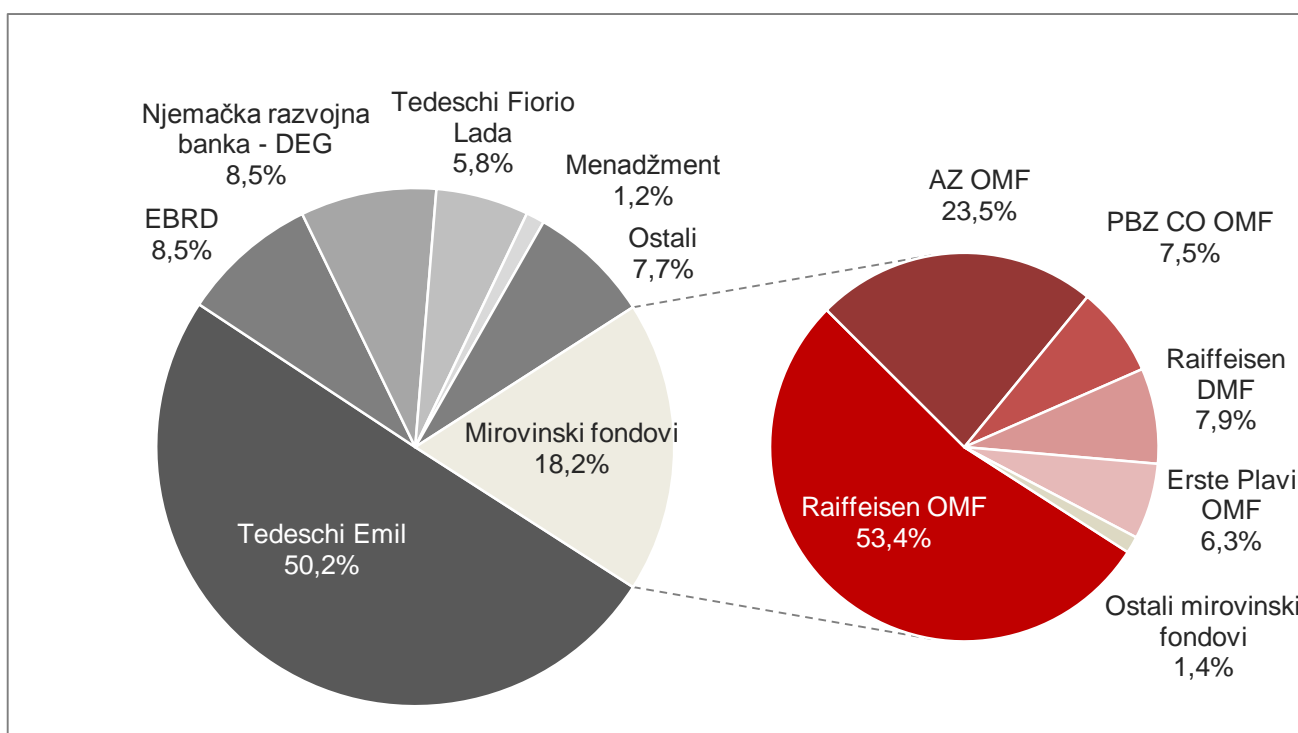
*Zaključna cijena množeno s ukupnim brojem dionica ** Normalizirano u 2012. godini

KRETANJE PROSJEČNE CIJENE DIONICE ATLANTIC GRUPE U 2013. GODINI



Atlantic Grupa ima stabilnu vlasničku strukturu s 50,2% kompanije u vlasništvu Emila Tedeschija, 8,5% kompanije u vlasništvu Europske banke za obnovu i razvoj te Njemačke razvojne banke – DEG, 5,8% kompanije u vlasništvu Lade Tedeschi Fiorio, dok mirovinski fondovi drže 18,2% Atlantic Grupe.

VLASNIČKA STRUKTURA NA 31.12.2013. GODINE



OČEKIVANJA ZA 2014. GODINU

OSVRT MENADŽMENTA NA MAKROEKONOMSKA OČEKIVANJA

Menadžment Atlantic Grupe smatra kako u 2014. godini nije realno očekivati značajne promjene ekonomskih aktivnosti u Hrvatskoj. Kretanja na tržištu rada, kojeg je u cijeloj 2013. godini karakterizirala visoka stopa nezaposlenosti, ne ukazuju da će doći do promjene negativnog trenda, dok nastavak razduživanja kućanstava i generalna makroekonomska nesigurnost negativno utječu na osobnu potrošnju. Smjernice Europske komisije će možda biti poticaj za provedbu strukturnih reformi kako bi se očuvao kreditni rejting te kako bi se izašlo iz Procedure prekomjernog deficita. Do tada, manjak strukturnih reformi će i dalje predstavljati najveći otpor oporavku ekonomije.

U 2014. godini menadžment Atlantic Grupe ne očekuje značajna poboljšanja niti u jednoj od zemalja regije. Za tržište Slovenije 2014. godina će biti u znaku restrukturiranja bankarskog sektora i smanjenja potrošnje uslijed razduživanja privatnog sektora i povećanja nezaposlenosti. Tržište Srbije će biti suočeno sa slabom osobnom potrošnjom, dok je za vidjeti hoće li se realizirati najavljene velike infrastrukturne investicije koje bi trebale dati zamah gospodarstvu. Tržište Bosne i Hercegovine uz visoku stopu nezaposlenosti karakterizira i politička nesigurnost što se sve negativno odražava na osobnu potrošnju.

Uz pretpostavku kako će planirano uvođenje fiskalnih i monetarnih mjera pružiti temelj za daljnji razvoj, menadžment očekuje rast gospodarstva na razini EU tijekom 2014. godine. Daljnji poticaj oporavku gospodarstva bi mogao doći od povoljnijih uvjeta na tržištu rada, boljih uvjeta financiranja te pada potrebe za razduživanjem. Gledajući nezaposlenost i osobnu potrošnju, ne može se očekivati da će brzo doći do značajnih pomaka s obzirom da je potrebno određeno vrijeme da oporavak gospodarstva uzme maha.

Za tržište Rusije u 2014. možemo očekivati postupno jačanje rasta gospodarstva ponajviše zbog novih investicija u infrastrukturu. Za očekivati je da će osobna potrošnja u sljedećoj godini nastaviti s održivim rastom zbog niske nezaposlenosti te rasta realnih plaća, pogotovo u javnom sektoru.

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2014. GODINU

Kako bi se ostvario planirani rast poslovanja tijekom 2014. godine, menadžment će biti usmjeren na provedbu strateških smjernica poslovanja koje uključuju:

- Usmjerenost na organski rast poslovanja kroz aktivni brend menadžment s naglaskom na jačanje pozicije regionalnih brendova (Cockta, Cedevita, Smoki, Grand Kafa, Barcaffè, Bananica, Štark) te brendova s internacionalnim potencijalom (Multipower, Argeta, Donat Mg, Bebi, Cedevita GO!);
- Jačanje regionalnog karaktera distribucijskog poslovanja kroz širenje portfelja principalskih brendova;
- Aktivno razvijanje regionalnog HoReCa segmenta s portfeljem koji pokriva '24-satne potrebe potrošača' te drugih prodajnih kanala (Online, Etno kanal);
- Racionalizaciju poslovanja, troškovni menadžment i optimizaciju poslovnih procesa na svim razinama poslovanja s ciljem poboljšanja operativne efikasnosti;
- Aktivno praćenje trendova i hedžiranje cijene sirove kave i ostalih sirovina;

- Redovno ispunjavanje postojećih finansijskih obveza uz aktivno upravljanje dugom i finansijskim troškovima; te
- Razborito upravljanje likvidnošću poslovanja i nastavak smanjenja zaduženosti.

Očekivanja menadžmenta za 2014. godinu su sljedeća:

(u milijunima kuna)	2014. plan	2013.	2014./2013.
Prodaja	5.440	5.051	7,7%
EBITDA	620	591	4,9%
EBIT	460	425	8,3%
Trošak kamata	140	159	(12,1%)

Navedena očekivanja prihoda od prodaje reflektiraju 3 postotni rast prodaje na organskoj razini te prihode od prodaje od distribucije asortimana Unilever u visini od 240 milijuna kuna.

U 2014. godini očekujemo kapitalne investicije u iznosu od 216 milijuna kuna od kojih se 46% odnosi na investiciju u novu tvornicu energetskih pločica u Novoj Gradišci.

Očekivana efektivna porezna stopa u 2014. godini bi se trebala kretati na ovogodišnjim razinama.

RIZICI POSLOVANJA ATLANTIC GRUPE

RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA

Rizik poslovnog okruženja uključuje političke, makroekonomske i socijalne rizike na svim tržištima na kojima kompanija posluje s direktnim utjecajem na poslovanje, dok kompanija na iste ne može individualno utjecati. Politički rizik odnosi se na sve rizike koji bi potencijalno utjecali na političku nestabilnost pojedine države. S obzirom na postojeće unutarnje te vanjsko-političke odnose, Hrvatska djeluje kao stabilna parlamentarna demokracija koja se uspješno pridružila Europskoj uniji 1. srpnja 2013. godine i postala njenom 28 članicom. S obzirom da je politički i opći društveni rizik svojstven svim dijelovima društva, na navedeni rizik pojedinac ne može individualno utjecati.

Ulaskom u Europsku uniju Hrvatska je napustila srednjeeuropsku zonu slobodne trgovine (CEFTA – Central European Free Trade Agreement), no Atlantic Grupa ne očekuje za posljedicu poremećaje u poslovanju uzevši u obzir geografsku disperziju njenih proizvodnih postrojenja. Naime, Atlantic Grupa ima proizvodna postrojenja u zemljama EU (Njemačka, Slovenija, Hrvatska), ali i u zemljama CEFTA-e (Bosna i Hercegovina, Srbija, Makedonija) pa učinak izlaska Hrvatske iz zone slobodne trgovine neće bitnije utjecati na poslovanje Grupe. Vezano uz harmonizaciju poslovanja s regulativom Europske Unije, Atlantic Grupa je u zadnjih nekoliko godina fokusirala svoje aktivnosti na harmonizaciju poslovanja, integralnog sustava kvalitete, zaštitu okoliša i sigurnosti hrane te je, s obzirom na to da posluje u skladu s međunarodnim standardima (ISO 9001, HACCP, ISO 14001, IFS, GMP), spremno dočekala ulazak u Europsku Uniju.

U konačnici valja istaknuti kako se paneuropska strategija Atlantic Grupe očituje kroz kombinaciju prepoznatljivih europskih brendova u segmentu sportske i aktivne prehrane s vodećim brendom Multipower, segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta, segmentom dječje hrane s brendom Bebi i segmentu pića s brendom Donat Mg te regionalnim brendovima u segmentu kave s vodećim brendovima Barcaffè i Grand Kafa, u segmentu pića s vodećim brendovima Cedevita, Cockta i Donat Mg, u segmentu slatko i slano s vodećim brendovima Najlepše želje, Bananica, Štark i Smoki, u segmentu zdravlje i njega s vodećim brendovima Dietpharm, Plidenta, Melem i Rosal.

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. Međunarodne kompanije koje posluju u više različitih država mogu navedeni rizik diversificirati, što će pak ponajviše ovisiti o rizicima država u kojima kompanije posluju. Za kompanije koje posluju na regionalnim tržištima, odnosno na području bivše Jugoslavije, valja imati na umu njihov politički i opći društveni rizik s obzirom da iste države još uvijek prolaze kroz proces političke tranzicije. Sukladno navedenom, svaki investitor treba biti svjestan političkog i opće društvenog rizika na tržištima na kojima kompanija posluje.

Poslovanje svake kompanije je pod utjecajem makroekonomskih rizika, iako jačina utjecaja istog prvenstveno ovisi o cikličnosti industrije u kojoj sama kompanija posluje. Unatoč relativno diversificiranom poslovnom modelu Atlantic Grupe, kompanija generalno posluje u stabilnoj ne-cikličnoj prehrambenoj industriji. S obzirom da na prodaju proizvodnog i distributivnog asortimana Atlantic Grupe utječu makroekonomske varijable poput osobne potrošnje, razine raspoloživog osobnog dohotka te kretanja u trgovini na malo, kompanija kontinuirano prati

spomenute makroekonomske faktore ne podcjenjujući pritom i dalje nepovoljne makroekonomske trendove za 2014. godinu.

RIZICI INDUSTRIJE I KONKURENCIJE

INDUSTRIJA ROBE ŠIROKE POTROŠNJE I MALOPRODAJA (LJEKARNE)

Unatoč nepovoljnim makroekonomskim trendovima u 2013. godini, industrija robe široke potrošnje u segmentu proizvoda namijenjenih prehrani u Hrvatskoj smatra se interesantnom ponajviše zbog neelastične potražnje za proizvodima jer su isti potrebni za zadovoljavanje osnovnih životnih potreba. U razvoju industrije robe široke potrošnje, upravo su tržišna liberalizacija i globalizacija rezultirale dolaskom kako svjetskih proizvođača tako i trgovačkih lanaca što je u konačnici rezultirao pojačanom tržišnom konkurencijom, raznovrsnijom ponudom, povećanjem kvalitete proizvoda, uvođenjem globalnih proizvodnih standarda te otvaranjem novih distribucijskih kanala. U ovakvim uvjetima, domaći proizvođači se mogu jedino natjecati kontinuiranim ulaganjem u istraživanje i razvoj novih proizvodnih linija, tehnološki razvoj, marketing za jačanje prepoznatljivosti brenda te ljudske resurse.

Makroekonomsko 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. Posljedično na sve navedeno, kao glavne rizike ove industrije ističu se skromne stope rasta u skladu s makroekonomskim prilikama te potreba za značajnijim ulaganjima s ciljem postizanja konkurentske prednosti u odnosu na lokalne i globalne proizvođače.

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. Istovremeno je ova industrija izložena riziku neizvjesnosti uvođenja novih, strožih standarda koji također mogu iziskivati nove materijalne izdatke.

Na određene segmente industrije robe široke potrošnje, posebice segment proizvoda namijenjenih prehrani, utječu faktori koje kompanije ne mogu kontrolirati poput volatilnih cijena sirovina (kava, šećer, kakaovac itd) na svjetskim tržištima, vremenskih (ne)prilika te uspješnosti turističke sezone. S obzirom da je kompaniji sirova kava vrijednosno najznačajnija pojedinačna sirovina, posebna pažnja se pridaje planiranju nabave sirove kave, praćenju trendova na svjetskim tržištima, upravljanju zalihama te upravljanju rizikom promjene cijene sirove kave na svjetskim tržištima. Koristeći dostupne instrumente zaštite, Atlantic Grupa uspješno neutralizira utjecaj volatilnosti cijena sirovina na svoj operativni rezultat. 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. Također, s obzirom na nepostojanje značajnijeg tržišnog lidera, 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. S obzirom da su neki od navedenih segmenata izloženi značajnim konkurentskim pritiscima od strane lokalnih i multinacionalnih kompanija, Atlantic Grupa je u 2013. godini nastavila aktivno upravljati vlastitim brendovima.

Segment proizvoda namijenjenih zdravlju i njezi ponajviše ovisi o kupovnoj moći potrošača, a time i o trendovima u kretanju BDP-a. Ovaj segment karakteriziraju pak snažni konkurentski pritisci od strane multinacionalnih kompanija koje pak raspolažu s paletom resursa uključujući suvremenu tehnologiju, agresivnu cjenovnu politiku, agresivne i frekventne marketinške kampanje, ulaganje u istraživanje i razvoj te brzu prilagodljivost promjenjivim tržišnim trendovima. Sve navedeno predstavlja značajan izazov za domaće proizvođače u ovom segmentu, zahtijevajući pritom značajna financijska ulaganja u održavanje konkurentnosti.

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 što posljedično 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 i dodataka prehrani u portfelju ljekarničkih jedinica, otvaranja specijaliziranih prodavaonica (s portfeljem bezreceptnih lijekova i dodataka prehrani) koje su pod regulacijom Agencije za lijekove i medicinske proizvode te naposljetku istraživanja sinergija u sklopu distribucijskog i proizvodnog portfelja kompanije. Također, kompanija promatra ljekarničke jedinice kao značajan distribucijski kanal za ostale proizvode iz proizvodnog i distribucijskog portfelja Atlantic Grupe.

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 uslijed pripajanja tržišta unutarnjem tržištu Europske unije. U skladu sa navedenim procesima, lokalne kompanije s jedne strane postaju sve izloženije internacionalnoj konkurenciji, a s druge se susreću s novim poslovnim mogućnostima na inozemnim tržištima. Posljednjih godina, lokalne kompanije ulažu napore u širenje poslovanja na regionalnim tržištima koje generalno karakterizira rastuća potražnja za robom široke potrošnje te ujedno i rastuća prepoznatljivost domaćih brendova. Akvizicija regionalne prehrambene kompanije Droga Kolinske u 2010. godini svakako ocrta napore Atlantic Grupe u širenju poslovanja na regionalnim tržištima.

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. Hrvatsko tržište i 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/distributivnog portfelja Atlantic Grupe ističe se upravo prepoznatljivost brendova čije proizvode Atlantic Grupa bilo proizvodi i/ili distribuira u tandemu s visokim tržišnim udjelima koje isti drže. Strateškom usmjerenošću na razvijanje jakih, tržištu prepoznatljivih robnih marki, Atlantic Grupa nastoji reducirati rizike koje nosi konkurencija.

Atlantic Grupa je suočena sa snažnom inozemnom konkurencijom u segmentu proizvoda namijenjenih zdravlju i njezi, no širenje palete proizvoda, održavanje kvalitete, marketinška potpora, prepoznatljivost brendova te distributivna potpora koju pruža segment distribucije potiču potrošnju proizvoda iz ovog segmenta s poznatim brendovima poput Plidente, Rosala, Melema i Dietpharma.

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, nacionalnu rasprostranjenost ljekarni, 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 konkurentne 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 s 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 poslovnim okruženju vezane uz bilo određeni proizvodni segment bilo poslovnu suradnju s određenim partnerom ne ugrožavaju cjelokupno poslovanje Atlantic Grupe.

OVISNOST O PROIZVODU

Posljedično na značajnu ekspanziju i produbljivanje 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 te zatim segment sportske i aktivne prehrane i pića.

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. Akvizicijske aktivnosti su rezultirale dosad najvećom akvizicijom Atlantic Grupe – akvizicijom Droga Kolinske krajem 2010. godine što je dodatno smanjilo ovisnost kompanije o jednom proizvodu.

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 te nastavlja stvarati dobru suradnju s principalima novih robnih marki. Iako bi gubitak ekskluzivnog prava distribucije određenog proizvoda imao određen utjecaj na poslovanje Strateških distribucijskih područja, rizik od spomenutog je uvelike reduciran tijekom proteklih godina uslijed značajne ekspanzije distribucijskog portfelja. Dodatno, u 2013. godini Atlantic Grupa je nastavila sa širenjem distribucijskog portfelja dodavanjem novih i širenjem postojećih kategorija na nova tržišta odnosno u nove distribucijske kanale.

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 periodu 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. Pritom, ovisnost distributera o većim trgovačkim lancima može rezultirati dodatnim troškovima održavanja poslovne suradnje u pogledu dodatnih popusta, produljenja rokova plaćanja i sličnih aktivnosti. Iako Atlantic Grupa ima razvijenu dobru poslovnu suradnju s većinom domaćih trgovačkih lanaca, koji su glavni kupci kompanije, ovisnost iste o pojedinom kupcu je ipak na primjerenom razini. U slučaju raskida suradnje 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 ili stečaja nekog od važnijih kupaca. Također, Atlantic Grupa nastoji smanjiti ovisnost distributera o trgovačkim lancima, razvijanjem "alternativnih kanala distribucije" poput HoReCa kanala (ugostiteljstvo), prodajnih mjesta s tehničkom robom te farmaceutskog kanala.

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 rizik ulaganja u vrijednosne papire), kreditni rizik i rizik likvidnosti. Uprava pažljivo prati sve rizike poslovanja Grupe, uključujući uvođenje nivoa odobravanja i odgovornosti.

VALUTNI RIZIK

Grupa djeluje na međunarodnoj razini i izložena je valutnom riziku koji proizlazi iz raznih promjena tečajeva stranih valuta vezanih uglavnom uz euro (EUR), srpski dinar (RSD), američki dolar (USD) i rusku rublju (RUB). 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.

RIZIK ULAGANJA U VRIJEDNOSNE PAPIRE

Grupa je izložena riziku ulaganja u vrijednosne papire kroz rizike fer vrijednosti i rizike promjena cijena, jer su ulaganja Grupe klasificirana u konsolidiranoj bilanci kao raspoloživa za prodaju. 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.

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.

Grupa upravlja kamatnim rizikom novčanog toka na način da primjenjuje kamatni swap iz promjenjive u fiksnu kamatnu stopu. Takav swap kamatnih stopa ima ekonomski efekt konverzije kredita s promjenjivom kamatnom stopom u kredite s fiksnom kamatnom stopom. Grupa je ugovorene dugoročne kredite s promjenjivom kamatnom stopom zamijenila za kredite sa fiksnom kamatnom stopom koja je niža od onih koje bi bile na raspolaganju kada bi Grupa direktno dizala kredite po fiksnim kamatnim stopama. U okviru kamatnog swapa Grupa ugovara s drugim stranama zamjenu razlike, u točno navedenim intervalima (kvartalno i polugodišnje),

između iznosa s fiksnim kamatnim stopama i iznosa po promjenjivim stopama obračunatim na dogovorene iznose glavnice.

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).

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 poslovnih segmenata 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 dospijeca ili onih koji osiguravaju dovoljnu likvidnost.

RIZICI VEZANI UZ DIONICE

Kao najrizičnija imovinska klasa, tržišna vrijednost dionica može biti iznimno volatilnog karaktera pod utjecajem volatilnosti cjelokupnog tržišta kapitala, makroekonomskih kretanja na tržištima na kojima kompanija posluje, jaza u očekivanjima financijskih analitičara u odnosu na ostvarene rezultate, promjenjivosti dividendne politike, aktivnosti u segmentu spajanja, pripajanja, akvizicija i sklapanja strateških partnerstava, potencijalnih potresa kod povezanih strana (dobavljača, kupaca, strateških partnera i slično), nestabilnosti poslovnog modela kompanije kao i fluktuacijama u financijskim rezultatima poslovanja kompanije. Ukoliko navedeni faktori imaju negativnu konotaciju, postoji značajan rizik od pada tržišne vrijednosti dionica. Nadalje, svaki investitor mora biti svjestan da na tržištu postoji rizik da investitor neće moći prodati svoje dionice u bilo koje vrijeme po fer tržišnoj cijeni.

KRATICE

Kratika	Značenje
BDP	Bruto domaći proizvod
CEFTA	(eng: Central European Free Trade Agreement), Srednjoeuropski ugovor o slobodnoj trgovini
DDD	Dezinfekcija, Dezinskecija, Deratizacija
EMS	(eng: Environmental Management System), sustav upravljanja okolišem
EnMS	(eng: Energy Management System), sustav upravljanja energijom
ERP	(eng: Enterprise Resource Planning), sustav upravljanja organizacijskim resursima
FMCG	(eng: Fast Moving Consumer Goods), roba široke potrošnje
GHP	(eng: Good Hygienic Practices), dobra higijenska praksa
GMO	(eng: Genetically Modified Organism), genetski modificirani organizam
GMP	(eng: Good Manufacturing Practices), dobra proizvođačka praksa
GRI	(eng: Global Reporting Initiative), globalna inicijativa za izvještavanje
HACCP	(eng: Hazard Analysis and Critical Control Point), Certifikat o sustavu (samo)kontrole zdravstvene ispravnosti hrane
HGK	Hrvatska gospodarska komora
HoReCa	(eng: Hotel Restaurant Caffé), kanal prodaje putem hotela, restorana i kafića
HRIS	(eng: Human Resources Information System), informacijski sustav upravljanja ljudskim resursima
HZZO	Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje
IMF	Instant mliječna formula
IPO	(eng: Initial Public Offering), inicijalna javna ponuda dionica
IT	Informacijske tehnologije
KPI	(eng: Key Performance Indicators), ključni pokazatelji učinka
MBA	(eng: Master of Business Administration), studij poslovne administracije
OTC	(eng: Over The Counter), bezreceptni lijekovi
PAH	(eng: Polycyclic Aromatic Hydrocarbons), policiklički aromatski ugljikovodici
SDP	Strateško distribucijsko područje
SPP	Strateško poslovno područje
ZND	Zajednica Neovisnih Država, (bivše države članice Sovjetskog saveza)

ATLANTIC GRUPA d.d.

**IZVJEŠĆE REVIZORA I KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI
IZVJEŠTAJI**

31. PROSINCA 2013.

Izvešće neovisnog revizora

Dioničarima i Upravi društva Atlantic Grupa d.d.

Izvešće o financijskim izvještajima

Obavili smo reviziju priloženih konsolidiranih financijskih izvještaja društva Atlantic Grupa d.d. i njegovih podružnica („Grupa“) koji obuhvaćaju konsolidiranu bilancu na dan 31. prosinca 2013. godine te konsolidirane račun dobiti i gubitka, izvještaje o sveobuhvatnoj dobiti, promjenama glavnice i novčanom toku za godinu tada završenu, te bilješke koje se sastoje od sažetka značajnih računovodstvenih politika i ostalih objašnjavajućih informacija.

Odgovornost Uprave za konsolidirane financijske izvještaje

Uprava je odgovorna za sastavljanje i objektivan prikaz ovih konsolidiranih financijskih izvještaja u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja koji su usvojeni u Europskoj uniji i za one interne kontrole za koje Uprava odredi da su potrebne za omogućavanje sastavljanja konsolidiranih financijskih izvještaja koji su bez značajnog pogrešnog prikazivanja, uslijed prijevare ili pogreške.

Odgovornost revizora

Naša je odgovornost izraziti mišljenje o ovim konsolidiranim financijskim izvještajima na osnovu naše revizije. Reviziju smo obavili sukladno Međunarodnim revizijskim standardima koji nalažu pridržavanje etičkih pravila, te planiranje i provođenje revizije kako bi se s razumnom mjerom sigurnosti utvrdilo da su konsolidirani financijski izvještaji bez materijalno značajnih grešaka.

Revizija uključuje provođenje procedura u svrhu pribavljanja revizijskih dokaza o iznosima i objavama u konsolidiranim financijskim izvještajima. Odabir procedura ovisi o prosudbi revizora, uključujući i procjenu rizika materijalno značajnih grešaka u konsolidiranim financijskim izvještajima, koje mogu nastati kao posljedica prijevare ili pogreške. U procjenjivanju tih rizika, revizor razmatra interne kontrole relevantne za subjektovo sastavljanje i objektivan prikaz konsolidiranih financijskih izvještaja u svrhu provođenja revizijskih procedura u skladu s postojećim okolnostima, a ne u svrhu izražavanja mišljenja o učinkovitosti internih kontrola poslovnog subjekta. Revizija isto tako uključuje ocjenu primjerenosti računovodstvenih politika, razumnost računovodstvenih procjena koje je definirala uprava, kao i ocjenu cjelokupnog prikaza konsolidiranih financijskih izvještaja.

Uvjereni smo da su nam pribavljeni revizijski dokazi dostatni i čine odgovarajuću osnovu u svrhu izražavanja našeg mišljenja.

Mišljenje

Prema našem mišljenju, konsolidirani financijski izvještaji fer prezentiraju, u svim značajnim odrednicama, financijski položaj Grupe na dan 31. prosinca 2013. godine, rezultate njenog poslovanja i novčane tokove za godinu koja je tada završila sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja koji su usvojeni u Europskoj uniji.

Izvešće o ostalim zakonskim i regulatornim zahtjevima

Pročitali smo priloženo Godišnje izvješće Grupe za godinu koja je završila 31. prosinca 2013. na stranicama 1 do 104. Potvrdili smo da su podaci, sadržani u Godišnjem izvješću koji opisuju informacije također prikazane i u konsolidiranim financijskim izvještajima, u svim značajnim odrednicama, u skladu s konsolidiranim financijskim izvještajima.

PricewaterhouseCoopers d.o.o.

PricewaterhouseCoopers d.o.o.

Zagreb, 28. ožujka 2014.

Hrvoje Zgombić
Predsjednik Uprave



pwc

PricewaterhouseCoopers d.o.o.*
za reviziju i konzalting
Zagreb, Ulica kneza Lj. Posavskog 31


Slaven Kartelo
Ovlašteni revizor

PricewaterhouseCoopers d.o.o., Ulica kneza Ljudevita Posavskog 31, 10000 Zagreb, Hrvatska
T: +385 (1) 6328 888, F: +385 (1) 6111 556, www.pwc.hr

Trgovački sud u Zagrebu, broj TI-99/7257-2, MBS: 080238978, OIB: 61744835353; Temejni kapital: 1.810.000,00 kn, uplaćen u cijelosti; Uprava: Hrvoje Zgombić, predsjednik; J. M. Gasparac, član; S. Dukić, član; T. Mačašević, član; Žiro-račun: Raiffeisenbank Austria d.d., Petrinjska 59, Zagreb, IBAN: HR5124840081105514875.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA


ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	Bilješka	2013.	2012.
Prihodi	5	5.092.222	5.005.484
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe		(1.223.485)	(1.155.448)
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku		4.636	3.667
Troškovi materijala i energije		(1.715.825)	(1.814.941)
Troškovi radnika	6	(672.118)	(653.464)
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	7	(351.820)	(320.754)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	2.24, 13, 13a, 14	(166.158)	(180.065)
Ostali troškovi poslovanja	8	(535.295)	(498.526)
Ostali (gubici)/dobici – neto	9	(7.538)	9.105
Dobit iz poslovanja		424.619	395.058
Financijski prihodi	10	46.141	49.085
Financijski rashodi	10	(217.607)	(370.566)
Rashodi od financiranja – neto	10	(171.466)	(321.481)
Dobit prije poreza		253.153	73.577
Porez na dobit	11	(54.159)	(7.465)
Dobit za godinu		198.994	66.112
Pripada:			
Dioničarima Društva		194.872	55.230
Manjinski interesi		4.122	10.882
		198.994	66.112
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku godine (u kunama)	12		
- osnovna		58,46	16,57
- razrijeđena		58,46	16,57

Konsolidirane financijske izvještaje prikazane na stranicama 107 do 167 odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. u Zagrebu 28. ožujka 2014. godine.

Predsjednik Uprave

Emil Tedeschi



Bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje od stranice 112 do 167 su sastavni dio ovih izvještaja.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>Bilješka</u>	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
Dobit za godinu		198.994	66.112
Ostala sveobuhvatna dobit:			
<i>Stavke koje se neće reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Aktuarski dobici za otpremnine kod redovnog umirovljenja		2.495	-
		2.495	-
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Tečajne razlike	22	9.707	(56.069)
Zaštita novčanog toka	22	32.332	(10.226)
		42.039	(66.295)
Ukupno sveobuhvatna dobit/(gubitak), neto od poreza		44.534	(66.295)
Ukupno sveobuhvatna dobit/(gubitak) za godinu		243.528	(183)
Pripada:			
Dioničarima Društva		239.372	(5.620)
Manjinski interesi		4.156	5.437
Ukupno sveobuhvatna dobit/(gubitak) za godinu		243.528	(183)

Bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje od stranice 112 do 167 su sastavni dio ovih izvještaja.

KONSOLIDIRANA BILANCA

NA DAN 31. PROSINCA 2013.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	Bilješka	31. prosinca 2013.	31. prosinca 2012.
IMOVINA			
Dugotrajna imovina			
Nekretnine, postrojenja i oprema	13	1.060.847	1.093.108
Ulaganja u nekretnine		1.672	1.707
Nematerijalna imovina	14	1.851.023	1.870.965
Odgođena porezna imovina	25	47.912	72.182
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	17	1.072	1.300
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	9.054	9.584
		2.971.580	3.048.846
Kratkotrajna imovina			
Zalihe	19	537.232	543.317
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	1.126.410	1.148.770
Potraživanja za porez na dobit		22.820	23.703
Depoziti	18	251	20.142
Novac i novčani ekvivalenti	20	325.334	250.865
		2.012.047	1.986.797
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	13a	99.133	113.868
Ukupno kratkotrajna imovina		2.111.180	2.100.665
UKUPNO IMOVINA		5.082.760	5.149.511
GLAVNICA I OBVEZE			
Kapital i rezerve od dioničara Društva			
Dionički kapital	21	133.372	133.372
Kapitalna dobit	21	882.597	882.748
Vlastite dionice	21	(16)	-
Pričuve	22	(15.363)	(57.091)
Zadržana dobit		622.613	455.201
		1.623.203	1.414.230
Manjinski interesi		51.292	47.136
Ukupno kapital i rezerve		1.674.495	1.461.366
Dugoročne obveze			
Obveze po primljenim kreditima	24	1.968.950	2.198.901
Odgođena porezna obveza	25	181.378	186.955
Derivativni financijski instrumenti	15	9.733	50.224
Ostale dugoročne obveze		143	191
Rezerviranja	26	59.723	56.477
		2.219.927	2.492.748
Kratkoročne obveze			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	23	736.172	793.596
Obveze po primljenim kreditima	24	387.288	354.101
Derivativni financijski instrumenti	15	18.950	20.911
Tekuća obveza poreza na dobit		16.213	3.575
Rezerviranja	26	29.715	23.214
		1.188.338	1.195.397
Ukupno obveze		3.408.265	3.688.145
UKUPNO GLAVNICA I OBVEZE		5.082.760	5.149.511

Bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje od stranice 112 do 167 su sastavni dio ovih izvještaja.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

	Od dioničara Društva			Ukupno	Manjinski interesi	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit			
<i>(u tisućama kuna)</i>						
Stanje 1. siječnja 2012.	1.015.904	3.203	425.297	1.444.404	67.920	1.512.324
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	55.230	55.230	10.882	66.112
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(60.850)	-	(60.850)	(5.445)	(66.295)
Ukupno sveobuhvatni (gubitak)/dobit	-	(60.850)	55.230	(5.620)	5.437	(183)
Transakcije s vlasnicima						
Stjecanje manjinskih interesa (bilješka 28)	-	-	(23.919)	(23.919)	(25.342)	(49.261)
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	5.609	-	247	5.856	-	5.856
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(5.393)	-	-	(5.393)	-	(5.393)
Transfer	-	556	(556)	-	-	-
Dividenda za 2011. godinu	-	-	(1.098)	(1.098)	(879)	(1.977)
Stanje 31. prosinca 2012.	1.016.120	(57.091)	455.201	1.414.230	47.136	1.461.366
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	194.872	194.872	4.122	198.994
Ostala sveobuhvatna dobit	-	42.005	2.495	44.500	34	44.534
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	42.005	197.367	239.372	4.156	243.528
Transakcije s vlasnicima						
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	8.896	-	(224)	8.672	-	8.672
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(9.063)	-	-	(9.063)	-	(9.063)
Transfer	-	(277)	277	-	-	-
Dividenda za 2012. godinu (bilješka 21)	-	-	(30.008)	(30.008)	-	(30.008)
Stanje 31. prosinca 2013.	1.015.953	(15.363)	622.613	1.623.203	51.292	1.674.495

Bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje od stranice 112 do 167 su sastavni dio ovih izvještaja.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>Bilješka</u>	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti			
Novac generiran poslovanjem	29	598.423	554.686
Plaćene kamate		(146.761)	(219.779)
Plaćeni porez na dobit		(31.417)	(38.950)
		<u>420.245</u>	<u>295.957</u>
Novčani tok korišten za ulagačke aktivnosti			
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	13, 14, 24	(99.994)	(78.811)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji		21.360	20.071
Stjecanje financijske imovine raspoložive za prodaju		(58.005)	(21.000)
Primici od prodaje financijske imovine raspoložive za prodaju		58.048	21.043
Dani predujam za stjecanje podružnica	28	(6.775)	-
Dani krediti i depoziti		(4.328)	(91.293)
Otplate danih kredita i depozita		23.161	112.291
Primljene kamate		8.189	9.741
		<u>(58.344)</u>	<u>(27.958)</u>
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti			
Otkup vlastitih dionica	21	(9.063)	(5.393)
Obveze po primljenim kreditima	24	85.111	1.919.805
Otplata obveza po primljenim kreditima	24	(334.591)	(2.127.499)
Stjecanje udjela u podružnici od manjinskog interesa	28	-	(40.536)
Isplata dividende dioničarima Društva	21	(30.008)	-
Isplata dividende manjinskim dioničarima		-	(879)
Porez po odbitku na dividende isplaćene unutar Grupe		-	(1.098)
		<u>(288.551)</u>	<u>(255.600)</u>
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata		<u>73.350</u>	<u>12.399</u>
Dobici/(gubici) od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima		1.119	(9.130)
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine		250.865	247.596
Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine	20	<u>325.334</u>	<u>250.865</u>

Bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje od stranice 112 do 167 su sastavni dio ovih izvještaja.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) i ovisna društva (prikazana u bilješki 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 Mg, Cedevita, Cedevita GO!, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Najlepše želje i Bananica te brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza. Dodatno, Grupa ima široki portfelj proizvoda iz segmenta osobne njege, vlasnik je vodećeg hrvatskog proizvođača vitamina, minerala, suplemenata i OTC lijekova kao i vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. Osim toga, Grupa proizvodi i distribuira vodeći europski brend u segmentu sportske prehrane - Multipower i ima snažnu prisutnost na tržištu Rusije i ZND-a s portfeljem dječje hrane pod brendom Bebi. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji i Makedoniji, Grupa isto tako distribuira niz proizvoda vanjskih partnera (Unilever, Ferrero, Wrigley, Johnson & Johnson, Duracell i ostali). Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini, Makedoniji i Njemačkoj s društvima i predstavništvima u 11 zemalja. Grupa svoje proizvode izvozi na više od 40 tržišta diljem svijeta.

Sjedište Društva je u Zagrebu, Miramarska 23, Hrvatska.

Dionice Društva kotiraju na službenom tržištu Zagrebačke burze. Vlasnička struktura prikazana je u bilješki 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), koji su odobreni od EU, primjenom metode povijesnog troška, koji su promijenjeni za revalorizaciju financijske imovine raspoložive za prodaju te derivativnih financijskih instrumenata.

Sastavljanje konsolidiranih financijskih izvještaja sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) 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 bilješki 4.

(a) Novi i dopunjeni standardi usvojeni od strane Grupe

Grupa je tijekom godine usvojila sljedeće nove i dopunjene MSFI-je i smjernice Odbora za tumačenje međunarodnog financijskog izvještavanja (IFRIC) koji su odobreni od EU. Ukoliko je primjena standarda ili smjernica utjecala na financijske izvještaje ili rezultat Grupe, taj je utjecaj naveden u nastavku.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

- *Dodatak MRS-u 1 Prezentiranje financijskih izvještaja vezano za ostalu sveobuhvatnu dobit (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. srpnja 2012. godine).* Glavna promjena koja je rezultat ovog dodatka je zahtjev da subjekti grupiraju stavke prikazane u 'ostaloj sveobuhvatnoj dobiti' na osnovu toga je li ih naknadno moguće reklasificirati u račun dobiti i gubitka (uskлада reklasifikacije). Dodaci se ne bave pitanjem koje stavke se prikazuju u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Dodatak utječe samo na prezentaciju i zbog toga nije imao utjecaj na financijski položaj ili rezultat Grupe.
- *Dodatak MRS-u 19 Primanja zaposlenih (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2013. godine).* Značajno mijenja priznavanje i mjerenje troška definiranih mirovina i otpremnina kao i objave za sva primanja zaposlenih. Standard zahtijeva priznavanje svih promjena u neto obvezi/(imovini) za definirana primanja, kada do njih dođe, kako slijedi: (i) troškove usluga i neto kamatu u računu dobiti i gubitka, i (ii) ponovno mjerenje u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Grupa iskazuje akumulirani iznos ponovnih mjerenja u zadržanoj dobiti u kapitalu. Retroaktivna primjena standarda nije primijenjena budući da nije imala materijalan utjecaj na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.
- *Dodatak MSFI-ju 1 Prva primjena, vezano uz državne zajmove (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2013. godine).* Ovaj dodatak pojašnjava način na koji subjekt koje prvi put primjenjuje MSFI iskazuje državni zajam odobren uz kamatu nižu od tržišne prilikom prijelaza na MSFI. Također dodaje izuzeće od retroaktivne primjene MSFI za subjekte koji prvi put primjenjuju MSFI kao i za subjekte koji ih ne primjenjuju prvi put kada je zahtjev za objavom uključen u MRS 20 izdan u 2008. godini. Ovaj dodatak nije primjenjiv za poslovanje Grupe jer Grupa ne primjenjuje MSFI-je prvi put niti je korisnik državnih zajmova.
- *Dodatak MSFI-ju 7 Financijski instrumenti: Objavljivanja vezana uz prijeboj imovine i obveza (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2013. godine)* zahtijeva nova objavljivanja koja će olakšati usporedbu među subjektima koja pripremaju financijske izvještaje u skladu s MSFI-jevima i onima koji pripremaju u skladu s US GAAP-ovima. Dodatak je samo imao učinak na objavljivanje te nije imao utjecaja na financijski položaj ili rezultat Grupe.
- *MSFI 13 Mjerenje fer vrijednosti (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2013. godine)* ima za cilj povećati konzistentnost i smanjiti složenost dajući točnu definiciju fer vrijednosti i jedan izvor mjerenja fer vrijednosti te zahtjeve za objavljivanjem za uporabu u svim MSFI-jevima. Zahtjevi, koji su u velikoj mjeri usklađeni između MSFI-jeva i US GAAP-ova, ne proširuju uporabu računovodstva fer vrijednosti, nego pružaju smjernice o tome kako bi se ono trebalo primjenjivati tamo gdje je njegova uporaba već potrebna ili dozvoljena drugim standardima unutar MSFI-ja ili US GAAP-ova. MSFI 13 nije imao utjecaja na financijske izvještaje Grupe.
- *IFRIC 20, Troškovi površinskog kopa u proizvodnoj fazi površinskog rudnika (izdan u listopadu 2011. godine i na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2013. godine).* Tumačenje pojašnjava evidentiranje troškova prevelikog uklanjanja otpada (površinskog kopa) u proizvodnoj fazi površinskog rudnika. Tumačenje može zahtijevati od rudarskih subjekata koji izvještavaju u skladu s MSFI-jevima otpisivanje postojeće imovine iz djelatnosti površinskog kopa preko početnog stanja zadržane dobiti ukoliko imovina ne može biti pridodjeljena prepoznatljivom dijelu nalazišta rude. Ovaj dodatak nije primjenjiv za poslovanje Grupe.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

- *Godišnja poboljšanja u 2011. godini (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2013. godine)* rješavaju šest pitanja iz izvještajnog ciklusa 2009.-2011. godine. Sadrže promjene u:
 - MSFI-u 1, 'Prva primjena Međunarodnih standarda financijskog izvještavanja'
 - MRS-u 1, 'Prezentiranje financijskih izvještaja'
 - MRS-u 16, 'Nekretnine, postrojenja i oprema'
 - MRS-u 32, 'Financijski instrumenti; Prezentiranje'
 - MRS-u 34, 'Financijsko izvještavanje za razdoblja tijekom godine'Poboljšanja nisu imala utjecaja na financijske izvještaje Grupe.

(b) Standardi i tumačenja koji su objavljeni, ali još nisu na snazi

Određeni broj novih i dopunjenih standarda i tumačenja na snazi su za godišnja razdoblja koja počinju nakon 1. siječnja 2014. godine i nisu primijenjeni u pripremi ovih financijskih izvještaja. Ne očekuje se da će ovi novi standardi, dopune i tumačenja imati značajni utjecaj na konsolidirane financijske izvještaje Grupe, a Grupa namjerava usvojiti iste s njihovim datumima stupanja na snagu i odobrenja od strane EU.

- *MSFI 10 Konsolidirani financijski izvještaji (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2014. godine)*. Cilj MSFI-ja 10 je utvrditi načela za prezentiranje i pripremu konsolidiranih financijskih izvještaja kada subjekt kontrolira jedno ili više drugih subjekata (subjekt koji kontrolira jedno ili više drugih subjekata) kako bi prezentirao konsolidirane financijske izvještaje. Određuje načela kontrole, te utvrđuje kontrole kao osnovu za konsolidaciju. Navodi kako primijeniti načelo kontrole u utvrđivanju kontrolira li ulagatelj subjekt u koji ulaže te mora li ga stoga konsolidirati. Navodi računovodstvene zahtjeve za pripremu konsolidiranih financijskih izvještaja.
- *MSFI 11 Zajednički aranžmani (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2014. godine)*. MSFI 11 realističnije odražava zajedničke aranžmane usredotočujući se na prava i obveze aranžmana, a ne na njegov pravni oblik. Postoje dvije vrste zajedničkih aranžmana: zajedničko poslovanje i zajednički pothvati. Zajedničko poslovanje nastaje kad zajednički upravitelj ima prava na imovinu i obveze u svezi s aranžmanom te stoga evidentira svoje udjele u imovini, obvezama, prihodima i rashodima. Zajednički pothvati nastaju kad zajednički upravitelj ima prava na neto imovinu aranžmana te stoga svoje udjele evidentira po metodi udjela. Proporcionalna konsolidacija zajedničkih pothvata više nije dozvoljena.
- *MSFI 12 Objavljivanje udjela u drugim subjektima (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2014. godine)*. MSFI 12 uključuje zahtjeve za objavljivanjem za sve oblike udjela u drugim subjektima, uključujući i zajedničke aranžmane, pridružena društva, društva s posebnom namjenom i druga vanbilančna ulaganja.
- *MRS 27 (izmijenjen 2011. godine) Odvojeni financijski izvještaji (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2014. godine)*. MRS 27 (izmijenjen 2011. godine) uključuje odredbe o odvojenim financijskim izvještajima preostale nakon što su kontrolne odredbe MRS-a 27 uključene u novi MSFI 10.
- *MRS 28 (izmijenjen 2011. godine) Pridružena društva i zajednički pothvati (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2014. godine)*. MRS 28 (izmijenjen 2011. godine) uključuje zahtjeve da se zajednički pothvati, kao i pridružena društva, vode po metodi udjela nakon izdavanja MSFI-a 11.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

- *Dodaci MSFI-jevima 10, 11 i 12 o prijelaznim odredbama (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2014. godine).* Ovi dodaci omogućavaju dodatno izuzeće pri primjeni MSFI-jeva 10, 11 i 12 ograničavajući zahtjev za objavom izmijenjenih usporednih podataka samo na prethodno razdoblje. Za objave koje se odnose na nekonsolidirane subjekte dodaci ukidaju zahtjev da se prezentiraju usporedni podaci za razdoblje prije prve primjene MSFI-ja 12.
- *MSFI 9 Financijski instrumenti (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2015. godine).* MSFI 9 je prvi standard koji je izdan kao dio šireg projekta zamjenjivanja MRS-a 39 *Financijski instrumenti: Priznavanje i mjerenje*. MSFI 9 zadržava, ali pojednostavljuje model miješanog mjerenja i utvrđuje dvije primarne kategorije mjerenja financijske imovine: amortizirani trošak i fer vrijednost. Osnova klasifikacije ovisi o poslovnom modelu subjekta i ugovornim karakteristikama novčanog tijeka financijske imovine. Smjernice MRS-a 39 o umanjenju vrijednosti financijske imovine i računovodstvu zaštite nastavljaju se primjenjivati.
- *Dodatak MRS-u 32 Financijski instrumenti: Objavljivanja vezana uz prijeboj imovine i obveza (izdani u prosincu 2012. godine i na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2014. godine).* Dodaci su smjernice za primjenu MRS-a 32 *Financijski instrumenti: Prezentacija*, te pojašnjavaju neke od zahtjeva za prijebojem financijske imovine i financijskih obveza u izvještaju o financijskom položaju.
- *Dodatak MSFI-ju 10, MSFI-ju 12 i MRS-u 27 – Konsolidacija društava u koja se ulaže (objavljen 31. listopada 2012. godine, na snazi za godišnja razdoblja koja počinju 1. siječnja 2014. godine).* Dodaci predviđaju da će mnogi fondovi i slični subjekti biti izuzeti od konsolidacije većine svojih podružnica. Umjesto toga, ti će se subjekti mjeriti po fer vrijednosti u sveobuhvatnoj dobiti. Dodaci dozvoljavaju iznimke za subjekte koji zadovoljavaju definiciji 'društva u koja se ulaže' i koja prikazuju posebne karakteristike. Promjene su napravljene u MSFI-ju 12 u smislu uvođenja objava koje Grupa u koje se ulaže mora napraviti.
- *Dodatak MRS-u 36 Objave vezane uz umanjenje imovine do nadoknadive vrijednosti (objavljen 29. svibnja 2013. godine, na snazi za godišnja razdoblja koja počinju 1. siječnja 2014. godine).* Dodatak navodi informacije koje je potrebno objaviti vezano uz nadoknadivoj vrijednosti umanjene imovine ukoliko je taj iznos temeljen na fer vrijednosti umanjenoj za trošak otuđenja. Dodatak može imati učinak samo na objavljivanje, ali ne i na mjerenje i priznavanje imovine u financijskom položaju ili rezultatu Grupe.
- *Dodatak MRS-u 39 Financijski instrumenti: Priznavanje i mjerenje 'Zamjena starih derivativnih instrumenata zaštite s novim' (objavljen 27. lipnja 2013. godine, na snazi za godišnja razdoblja koja počinju 1. siječnja 2014. godine).* Dodatak pruža lakše ukidanje računovodstva zaštite kada zamjena starih instrumenata zaštite s novima kod glavne ugovorne stranke zadovolji određene kriterije.
- *IFRIC 21 Nameti (objavljen 20. svibnja 2013. godine, na snazi za godišnja razdoblja koja počinju 1. siječnja 2014. godine).* Tumačenje se odnosi na MRS 37 Rezerviranja, nepredviđene obveze i nepredviđena imovina. MRS 37 postavlja kriterije za priznavanje obveze, a jedan od njih je zahtjev da subjekt ima sadašnju obvezu kao rezultat prošlog događaja (obvezujući događaj). Tumačenje pojašnjava da obvezujući događaj koji stvara obvezu plaćanja nameta predstavlja aktivnost opisanu u relevantnom zakonu koji zahtijeva plaćanje nameta.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)

- *Dodaci MRS-u 19 – Planovi definiranih primanja zaposlenih: Doprinosi za zaposlene (objavljen u studenom 2013. godine, na snazi za godišnja razdoblja koja počinju 1. srpnja 2014. godine).* Dodatak omogućuje subjektima da priznaju doprinose za zaposlene kao smanjenje troškova rada u razdoblju u kojem je rad zaposlenika obavljen, umjesto priznavanja doprinosa prema godinama rada u slučaju da iznos doprinosa ne ovisi o broju godina rada.
- *Godišnja poboljšanja MSFI-jeva u 2012. godini (objavljena u prosincu 2013. godine, na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. srpnja 2014. godine, osim ako je drugačije navedeno u nastavku).* Poboljšanja se sastoje od promjena na sedam standarda:
 - MSFI 2 je dopunjen na način da pojašnjava definiciju 'uvjeta ostvarivanja prava' i da odvojeno definira 'uvjet temeljen na ostvarenju rezultata' i 'uvjet temeljen na godinama rada'. Dodatak stupa na snagu za transakcije isplate na temelju dionica čiji datum dodjele je na dan ili nakon 1. srpnja 2014. godine.
 - MSFI 3 je dopunjen na način da pojašnjava da se (1) obveza plaćanja potencijalne naknade koja je sukladna definiciji financijskog instrumenta klasificira kao financijska obveza ili kapital temeljem definicija u MRS-u 32, i (2) sve nevlasničke nepredviđene financijske i nefinancijske naknade koje se ne odnose na kapital mjere se po fer vrijednosti na svaki datum izvještavanja, a promjene u fer vrijednosti priznaju se u računu dobiti i gubitka. Dodaci MSFI-ju 3 stupaju na snagu za poslovna spajanja ako je datum stjecanja na dan ili nakon 1. srpnja 2014. godine.
 - MSFI 8 je dopunjen na način da zahtijeva (1) objavu prosudbi uprave pri zbrajanju poslovnih segmenata, uključujući opis zbrojenih segmenata i ekonomskih pokazatelja koji su ocijenjeni prilikom utvrđivanja da zbrojeni segmenti imaju slične ekonomske karakteristike, i (2) usklađenje imovine segmenata s imovinom subjekta ukoliko se imovina izvještava po segmentima.
 - Osnova za zaključke o MSFI-ju 13 je dopunjena na način da pojašnjava da do brisanja određenih odlomaka iz MRS-a 39 nakon objave MSFI-ja 13 nije došlo s namjerom da se ukloni sposobnost mjerenja kratkoročnih potraživanja i obveza po iznosu u računu gdje utjecaj diskontiranja nije materijalno značajan.
 - MRS 16 i MRS 38 su dopunjeni kako bi pojasnili način na koji se iskazuju bruto knjigovodstvena vrijednost i akumulirana amortizacija kada subjekt koristi revalorizacijski model.
 - MRS 24 je dopunjen na način da kao povezano društvo uključuje subjekt koji pruža usluge ključnog menadžmenta izvještajnom subjektu ili matici izvještajnog subjekta ('društvo za upravljanje'), i da zahtijeva objavu iznosa koje upravljački subjekt naplaćuje od izvještajnog subjekta za pružene usluge.
- *Godišnja poboljšanja MSFI-jeva u 2013. godini (objavljena u prosincu 2013. godine, na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. srpnja 2014. godine)* Poboljšanja se sastoje od promjena na četiri standarda:
 - Osnova za zaključke za MSFI 1 dopunjena je kako bi pojasnila da, kada nova verzija standarda još nije obvezna, ali se može prijevremeno usvojiti, subjekti koji prvi put primjenjuju MSFI mogu koristiti staru ili novu verziju, pod uvjetom da se isti standard primjenjuje u svim prikazanim razdobljima.
 - MSFI 3 je dopunjen kako bi pojasnio da se ne primjenjuje na računovodstvo za formiranje bilo kakvog zajedničkog aranžmana u skladu s MSFI-jem 11. Dodatak također pojašnjava da se izuzeće iz opsega primjenjuje samo na financijske izvještaje samog zajedničkog aranžmana.
 - Dodatak MSFI-ju 13 pojašnjava da se izuzeće iz portfelja u MSFI-ju 13, koje omogućuje subjektu mjerenje fer vrijednosti grupe financijske imovine i financijskih obveza na neto osnovi, primjenjuje na sve ugovore (uključujući ugovore za kupnju ili prodaju nefinancijskih stavki) koji su unutar djelokruga MRS-a 39 ili MSFI-ja 9.
 - MRS 40 je dopunjen kako bi pojasnio da se MRS 40 i MSFI 3 međusobno ne isključuju. Smjernice u MRS-u 40 pomažu sastavljačima financijskih izvještaja pri razlikovanju ulaganja u nekretnine i nekretnina koje koristi vlasnik. Sastavljači financijskih izvještaja se također upućuju na smjernice u MSFI-ju 3 kako bi utvrdili radi li se kod stjecanja ulaganja u nekretnine o poslovnom spajanju.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.2 Konsolidacija

(a) Podružnice

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

Grupa primjenjuje računovodstvenu metodu kupnje za računovodstveni tretman poslovnih spajanja. Naknada prenesena za stjecanje podružnice je fer vrijednost prenesene imovine, nastalih obveza i glavničkih udjela izdanih od strane Grupe. 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 kako nastanu. 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 akvizicije do akvizicije ili po fer vrijednosti ili po proporcionalnom udjelu manjinskog interesa u priznatoj prepoznatljivoj neto imovini stečenog društva.

Goodwill se inicijalno mjeri kao višak ukupne prenesene naknade i fer vrijednost na dan stjecanja bilo kojeg ranijeg glavničkog udjela u stečenom društvu iznad fer vrijednosti udjela Grupe u stečenoj prepoznatljivoj neto imovini. Ako je to niže od fer vrijednosti neto imovine stečene podružnice u slučaju kupnje 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) Spajanja

Metoda knjigovodstvene vrijednosti prednika se upotrebljava za provođenje spajanja kod društva pod zajedničkom kontrolom. Sadašnja vrijednost imovine i obveza društva prednika se prenose u društvo slijednika. Na datum spajanja transakcije i stanja između društva, kao i dobiti i gubici u međusobnim transakcijama, se poništavaju. Razlika između sadašnje vrijednosti neto spojene imovine i nepriznate imovine se priznaje kao kapital.

(c) 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 podružnice iskazuju se u kapitalu. Dobiti ili gubici od prodaje manjinskog interesa se također iskazuju u kapitalu.

(d) Prestanak kontrole nad podružnicom

Kad Grupa izgubi kontrolu ili značajan utjecaj, svi zadržani udjeli u društvu ponovno se procjenjuju na svoju 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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

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 prevode 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 iskazani su u računu dobiti i gubitka unutar prihoda ili rashoda od financiranja. 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 se priznaju unutar ostale sveobuhvatne dobiti.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

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 računu dobiti i gubitka.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

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 na dan stjecanja. Goodwill nastao stjecanjem ovisnog društva iskazan je u okviru nematerijalne imovine.

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

Goodwill se alokira na jedinice stvaranja novca za potrebe testiranja umanjenja 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 umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti, ako postoji. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak prava u toku njihovog 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) umanjeni 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 umanjenja 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 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 umanjenja vrijednosti na razini jedinice stvaranja novca.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.7 Umanjenje vrijednosti nefinancijske imovine

Godišnje se ispituje umanjenje vrijednosti imovine koja ima neograničen korisni vijek uporabe i koja se ne amortizira (kao što su zemljište, 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 koji je viši. 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: krediti i potraživanja, financijska imovina raspoloživa za prodaju te financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka. Klasifikacija ovisi o svrsi za koju je financijska imovina stečena. Uprava klasificira financijsku imovinu kod početnog priznavanja i procjenjuje tu klasifikaciju na svaki datum izvještavanja.

(a) Krediti i potraživanja

Kredit i potraživanja predstavljaju nederivativnu financijsku imovinu s fiksnim ili odredivim plaćanjem koja ne kotira na aktivnom tržištu. Iskazana je u okviru kratkotrajne imovine, osim imovine s dospelom dužim od 12 mjeseci nakon datuma bilance. Takva se imovina klasificira kao dugotrajna imovina. Krediti i potraživanja Grupe sastoje se od „Potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja“, „Depozita“ i „Novca i novčanih ekvivalenata“ u bilanci (bilješke 2.11 i 2.12).

Kredit i potraživanja iskazani su po amortiziranom trošku primjenom metode efektivne kamatne stope.

(b) Financijska imovina raspoloživa za prodaju

Financijska imovina raspoloživa za prodaju predstavlja nederivativnu imovinu koja je iskazana u ovoj kategoriji ili nije klasificirana u neku drugu kategoriju. Uključena je u dugotrajnu imovinu, osim ako Uprava ima namjeru prodati ulaganje unutar razdoblja od 12 mjeseci od datuma bilance. Financijska imovina raspoloživa za prodaju iskazuje se po fer vrijednosti, osim u slučaju ulaganja u glavnične instrumente koji ne kotiraju na aktivnom tržištu i čija se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti; tada se ona iskazuje po trošku ulaganja.

(c) Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka

Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka je financijska imovina namijenjena trgovanju. Financijska imovina se klasificira u ovu kategoriju ukoliko je nabavljena isključivo s namjenom prodaje u kratkom vremenskom periodu. Derivativni instrumenti su također kategorizirani kao namijenjeni za trgovanje osim ukoliko nisu kategorizirani kao instrumenti zaštite. Imovina iskazana u ovoj kategoriji klasificira se kao kratkotrajna ukoliko se očekuje da će biti realizirana u periodu do 12 mjeseci, u suprotnom se klasificira kao dugotrajna imovina.

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 po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka se početno priznaje po fer vrijednosti dok se troškovi transakcije iskazuju odmah 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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.8 Financijska imovina (nastavak)

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 monetarnih vrijednosnica 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 ostaloj sveobuhvatnoj dobiti.

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.

Na svaki datum bilance Grupa procjenjuje postoje li objektivni dokazi o umanjenju vrijednosti financijske imovine ili grupe financijskih sredstava. Značajno ili produljeno smanjenje fer vrijednosti glavnčkih vrijednosnica ispod nabavne vrijednosti, smatra se pokazateljem umanjenja vrijednosti. Ako takvi dokazi postoje za financijsku imovinu raspoloživu za prodaju, kumulativni gubitak – koji predstavlja razliku između troška stjecanja i sadašnje fer vrijednosti, umanjeno za sve gubitke od umanjenja vrijednosti koji su prethodno iskazani u računu dobiti i gubitka – se uklanja iz ostale sveobuhvatne dobiti i iskazuje u računu dobiti i gubitka. Gubici od umanjenja vrijednosti glavnčkih instrumenata priznatih u računu dobiti i gubitka ne ukidaju se u računu dobiti i gubitka. Provjera umanjenja vrijednosti potraživanja opisana je u bilješci 2.11.

2.9 Najmovi

Grupa unajmljuje određene nekretnine, postrojenja i opremu. Najmovi nekretnina, postrojenja i opreme u kojima Grupa snosi sve rizike i koristi vlasništva klasificiraju se kao financijski najmovi. Financijski najmovi kapitaliziraju se na početku najma prema fer vrijednosti unajmljene nekretnine ili sadašnje vrijednosti minimalne najamnine, ovisno o tome što je niže. Svako plaćanje najma razvrstava se na obveze i financijske rashode kako bi se dobila konstantna stopa na preostalo stanje obveze. Kamatna komponenta financijskog rashoda tereti račun dobiti i gubitka u toku razdoblja najma. Nekretnine, postrojenja i oprema kupljeni pod financijskim najmom amortiziraju se po korisnom vijeku upotrebe ili trajanju najma, ovisno o tome što je kraće.

Najmovi u kojima Grupa ne snosi bitan udio rizika i koristi vlasništva klasificiraju se kao operativni najmovi. Plaćanja po osnovi operativnih najмова iskazuju se u računu dobiti i gubitka prema pravocrtnoj metodi u razdoblju trajanja najma.

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 je niža. Neto ostvariva vrijednost predstavlja procjenu prodajne cijene u redovnom poslovanju umanjenu za varijabilne troškove prodaje.

Trošak proizvodnje u toku 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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

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. Ispravak vrijednosti potraživanja provodi se kada postoje objektivni dokazi da Grupa neće moći naplatiti sva svoja potraživanja u skladu s dogovorenim uvjetima. Značajne financijske poteškoće dužnika, vjerojatnost dužnikovog stečaja te neizvršenje ili propusti u plaćanjima, smatraju se pokazateljima umanjenja vrijednosti potraživanja. Iznos ispravka vrijednosti utvrđuje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti i nadoknadivog iznosa potraživanja, a predstavlja sadašnju vrijednost očekivanih novčanih priljeva diskontiranih korištenjem efektivne kamatne stope. Iznosi ispravka vrijednosti potraživanja te naknadni primici prethodno otpisanih iznosa priznaju se u računu dobiti i gubitka u okviru ostalih troškova poslovanja.

Ukoliko se naplata potraživanja očekuje u razdoblju do godine dana (ili duže ukoliko je to uobičajeno u normalnom poslovnom ciklusu), tada se potraživanja klasificiraju kao kratkotrajna imovina. Ukoliko se naplata očekuje u razdoblju nakon godine dana, potraživanja se klasificiraju kao dugotrajna imovina.

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 (trezorske dionice), plaćena naknada za kupljene dionice, uključujući sve izravno pripadajuće troškove transakcije, umanjuje dionički kapital sve do povlačenja dionica, njihovog ponovnog izdavanja ili prodaje. 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 period 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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.15 Tekući i odgođeni porez na dobit

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 na dan bilance u zemljama u kojima podružnice 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 na dobit se priznaje na privremene razlike koje proizlaze iz ulaganja u podružnice, 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

U toku 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 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 prekine radni odnos radnika prije redovnog datuma umirovljenja ili odlukom radnika da dragovoljno prihvati prekid radnog odnosa u zamjenu za naknadu. 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. Otpremnine koje dospijevaju u razdoblju duljem od 12 mjeseci nakon datuma bilance, diskontiraju se na njihovu sadašnju vrijednost.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

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 dobici 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

Ključni članovi menadžmenta Grupe primaju 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 i usluge pružene, 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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.18 Priznavanje prihoda

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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)

2.19 Raspodjela dividendi

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

2.22 Derivativni financijski instrumenti i aktivnosti zaštite

Derivati 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 15. 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. 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 ostale sveobuhvatne dobiti 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 ostale sveobuhvatne dobiti 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'.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

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. Trošak amortizacije koja se odnosi na ulaganje u nekretnine iznosi 49 tisuća kuna (2012.: 231 tisuću kuna).

2.25 Usporedni podaci

U 2013. godini klasifikacija Troškova predstavništva je promijenjena s pozicije „Ostali troškovi poslovanja“ na poziciju „Troškovi radnika“ sukladno čemu su ovi troškovi razvrstani po njihovoj prirodi. Klasifikacija ovih troškova u usporednim podacima za 2012. godinu promijenjena je kako bi odrazila klasifikaciju 2013. godine.

Efekt navedenih promjena na usporednim brojevima za 2012. je kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>2012.</u>
Povećanje troškova radnika	1.966
Smanjenje ostalih troškova poslovanja	(1.966)

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****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 rizik ulaganja u vrijednosne papire), 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) i, u manjoj mjeri, uz američki dolar (USD) i rusku rublju (RUB).

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

31. prosinca 2013.	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	393.240	304.130	222	31.823
Novac i novčani ekvivalenti	146.888	51.226	6.759	1.781
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(287.061)	(89.362)	(31.289)	(2.135)
Obveze po primljenim kreditima	(2.100.238)	-	(6.510)	-
Neto izloženost bilance	(1.847.171)	265.994	(30.818)	31.469
31. prosinca 2012.	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	387.350	328.988	192	24.501
Novac i novčani ekvivalenti	113.105	52.249	224	2.452
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(268.135)	(100.547)	(35.287)	(1.757)
Obveze po primljenim kreditima	(2.296.234)	-	(3.867)	-
Neto izloženost bilance	(2.063.914)	280.690	(38.738)	25.196

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.

U slučaju jačanja EUR-a za 1% u odnosu na kunu i srpski dinar, uz pretpostavku da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni, dobit nakon poreza bila bi 7.886 tisuća kuna manja (2012: 9.826 tisuća kuna manja), uglavnom zbog obveza po primljenim kreditima denominiranih u EUR-ima, a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 10.803 tisuća kuna veća (2012: 10.148 tisuća kuna veća), kao rezultat tečajnih razlika proizašlih iz konsolidacije povezanih poduzeća čija je lokalna valuta EUR.

Ukoliko bi srpski dinar ojačao za 1% u odnosu na kunu, dobit nakon poreza bila bi 1.079 tisuća kuna veća (2012: 280 tisuća kuna veća), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 3.484 tisuća kuna veća (2012: 3.094 tisuća kuna veća), uz pretpostavku da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)

(ii) Rizik ulaganja u vrijednosne papire

Grupa je izložena riziku ulaganja u vrijednosne papire kroz rizike fer vrijednosti i rizike promjena cijena, jer su ulaganja Grupe klasificirana u konsolidiranoj bilanci kao raspoloživa za prodaju. 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 2013. godine, ukoliko bi se fer vrijednost ulaganja raspoloživih za prodaju promijenila, uz pretpostavku 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 2013. godine, kada bi se efektivna kamatna stopa na primljene kredite povećala/smanjila za 100 baznih bodova na godišnjoj razini (2012.: 100 baznih bodova), dobit nakon poreza bila bi za 7.337 tisuća kuna manja/veća (2012.: 10.992 tisuća kuna), uglavnom kao rezultat većeg/manjeg troška od kamata.

Grupa upravlja kamatnim rizikom novčanog toka na način da primjenjuje kamatni swap iz promjenjive u fiksnu kamatnu stopu. Takav swap kamatnih stopa ima ekonomski efekt konverzije kredita s promjenjivom kamatnom stopom u kredite s fiksnom kamatnom stopom. Grupa je ugovorene dugoročne kredite s promjenjivom kamatnom stopom zamijenila za kredite sa fiksnom kamatnom stopom koja je niža od onih koje bi bile na raspolaganju kada bi Grupa direktno dizala kredite po fiksnim kamatnim stopama. U okviru kamatnog swapa Grupa ugovara s drugim stranama zamjenu razlike, u točno navedenim intervalima (kvartalno i polugodišnje), između iznosa s fiksnim kamatnim stopama i iznosa po promjenjivim stopama obračunatim na dogovorene iznose glavnice.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

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 15, 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 sa 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 sa odgovarajućim rokom dospeljeća ili onih koji osiguravaju dovoljnu likvidnost.

Na dan 31. prosinca 2013. godine Grupa je imala 325.334 tisuća kuna novca i novčanih ekvivalenata (2012: 250.865 tisuća kuna) te 251 tisuću kuna oročenih kratkoročnih depozita (2012: 20.142 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 dospeljeće dugoročnih kredita prikazano u bilješci 24.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)****3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)**

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

<i>(u tisućama kuna)</i>	Manje od 1 godine	Između 1- 5 godina	Preko 5 godina	Ukupno
31. prosinca 2013.				
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	691.779	-	-	691.779
Obveze po kreditima (bez obveza po osnovu financijskog najma)	457.997	1.808.040	443.254	2.709.291
Obveze po osnovi financijskog najma	3.412	1.644	-	5.056
Derivativni financijski instrumenti	18.950	9.733	-	28.683

<i>(u tisućama kuna)</i>	Manje od 1 godine	Između 1- 5 godina	Preko 5 godina	Ukupno
31. prosinca 2012.				
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	735.312	-	-	735.312
Obveze po kreditima (bez obveza po osnovu financijskog najma)	401.304	1.719.333	943.548	3.064.185
Obveze po osnovi financijskog najma	10.396	5.163	-	15.559
Derivativni financijski instrumenti	20.911	50.224	-	71.135

3.2 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 primljenih kredita i ukupnog kapitala. Neto primljeni krediti izračunati su kao ukupni primljeni krediti (dugoročni i kratkoročni krediti iskazani u konsolidiranoj bilanci) uvećani za derivativne financijske instrumente i umanjeni za novac i novčane ekvivalente te dane kratkoročne depozite. Ukupni kapital izračunat je na način da se kapitalu i rezervama iskazanim u konsolidiranoj bilanci dodaju neto primljeni krediti.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINANCIJSKIM RIZIKOM (nastavak)****3.2 Upravljanje kapitalom (nastavak)**

Pokazatelji zaduženosti su kako slijedi:

	2013.	2012.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Primljeni krediti (bilješka 24)	2.356.238	2.553.002
Derivativni financijski instrumenti (bilješka 15)	28.683	71.135
Umanjeno: Dani kratkoročni depoziti i novac i novčani ekvivalenti (bilješka 18 i 20)	(325.585)	(271.007)
Neto primljeni krediti	2.059.336	2.353.130
Kapital i rezerve	1.674.495	1.461.366
Ukupni kapital	3.733.831	3.814.496
Pokazatelj zaduženosti	55%	62%

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. U usporedbi s prethodnom godinom, pokazatelj zaduženosti je smanjen uslijed otplate kredita te povećanja novca i novčanih ekvivalenata.

3.3 Procjena fer vrijednosti

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

- Razina 1 - kotirane cijene (nekorigirane) 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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)****3.3 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 3.

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) 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).

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

Grupa provodi godišnje provjere goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe zbog umanjenja vrijednosti, sukladno politici iskazanoj u bilješci 2.7. Nematerijalna imovina s neograničenom vijekom upotrebe se testira zbog umanjenja 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:

Poslovni segment <i>(u tisućama kuna)</i>	Goodwill	Licence	Brendovi
	_____	_____	_____
SPP Pića	91.576	-	76.735
SPP Kava	66.505	-	261.399
SPP Slatko i slano	232.104	-	146.404
SPP Delikatesni namazi	128.286	-	245.367
SPP Zdravlje i njega	198.848	170.211	-
Tržište Rusije	22.162	-	28.924
SDP Hrvatska	38.605	-	-
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	90.076	-	-

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)**

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

Nadoknadiva 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.

Kalkulacije vrijednosti u upotrebi za goodwill baziraju se na sljedećim pretpostavkama:

Poslovni segment	Diskontna stopa
SPP Pića	10,4%
SPP Kava	10,9%
SPP Slatko i slano	11,6%
SPP Delikatesni namazi	10,9%
SPP Zdravlje i njega	9,1%
Tržište Rusije	11,4%
SDP Hrvatska	9,6%
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	9,6%

Pretpostavka o stopi rasta temeljena je na povijesnim podacima i očekivanjima Uprave o razvoju tržišta. Terminalna stopa rasta iznosi 2% za sve poslovne segmente i bazira se na očekivanjima Uprave o razvoju tržišta.

Testiranjem na umanjene goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na datum bilance, priznato je umanjene vrijednosti nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe u iznosu od 27.096 tisuća kuna (2012.: 4.002 tisuća kuna).

Analiza osjetljivosti ključnih pretpostavki korištenih prilikom testiranja umanjene vrijednosti pokazuje da bi povećanje diskontne stope za 100 baznih bodova uvjetovalo u prosjeku 10,7% smanjenja nadoknadiive vrijednosti jedinica stvaranja novca. Bez obzira na smanjenje, neto nadoknadiva vrijednost jedinica stvaranja novca bi i dalje bila veća od knjigovodstvene vrijednosti.

(c) Vrednovanje brendova

Fer vrijednost stečenih brendova, koji se odnose na zakonski registrirane robne žigove Fidifarm/Dietpharm, Montana i Multivita utvrđen je od strane neovisnog procjenitelja na temelju prihodovno-usporedne metode. Ova metoda kombinira korištenje usporednih tržišnih transakcija za licenciranje žigova sa projekcijama novčanih tokova na temelju hipotetski procijenjenih neto prihoda od vlasničkih prava na brend (tantijema), temeljenih na povijesnim prodajnim podacima tih proizvoda te ekstrapoliranih procijenjenih stopa rasta u budućim razdobljima.

Ključne pretpostavke korištene za projekcije novčanih tokova su kako slijedi:

	Stopa rasta	Hipotetska stopa „tantijema“	Diskontna stopa
Fidifarm/ Dietpharm	10,00%	4,94%	11,87%
Montana	5,00%	3,55%	7,59%
Multivita	18,00%	4,94%	10,00%

Pretpostavka o stopi rasta je temeljena na povijesnim podacima i očekivanjima Uprave o razvoju tržišta. Korištena diskontna stopa temeljena je na prosječnoj ponderiranoj stopi troška kapitala društava koja koriste navedeni robni žig.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)***(c) Vrednovanje brendova (nastavak)*

Fer vrijednost stečenih brendova, koji se odnose na zakonski registrirane robne žigove društva Droga Kolinska, utvrdili su neovisni procjenitelji primjenom prinostnog pristupa, „Relief-from-Royalty“ metode. Korištenjem ove metode, analiziraju se ugovori o tantijemama ili licencama po redovnim trgovačkim uvjetima. Odabrane licence trebaju odražavati slične rizike i karakteristike koje ih čine usporedivima s imovinom u pitanju. Konačno utvrđene stope tantijema usklađene su za specifičnosti brenda, uključujući tržišnu poziciju, geografsku prisutnost, budući potencijal za rast te su dodatno testirane na razumnost primjenom metode podjele dobiti između primatelja i davatelja licence. Neto prihod za koji se očekuje da će biti generiran nematerijalnom imovinom tijekom njenog očekivanog preostalog vijeka trajanja zatim se umnožava s procijenjenim stopama tantijema.

Ovo vrednovanje temelji se na sljedećim pretpostavkama:

	<u>Hipotetska stopa „tantijema“</u>	<u>Diskontna stopa</u>
Barcaffè	4,0%	9,5%
Grand Kafa	4,0%	11,6%
Najlepše želje	8,0%	11,7%
Bananica	5,0%	11,5%
Smoki	8,0%	11,5%
Argeta	8,0%	11,5%
Donat	8,0%	10,3%
Cockta	5,0%	10,9%
Bebi	3,0%	11,4%

(d) Vrednovanje licenci

Fer vrijednost stečenih licenci, koje se odnose na ekskluzivno pravo na otvaranje ljekarne, utvrđena je od strane neovisnog procjenitelja na temelju prihodovno-usporedne metode. Ova metoda procjenjuje neto prihode od vlasničkih prava na licencu (tantijema) temeljem komparabilnih transakcija prodaja odnosno kupnja licenci na globalnom tržištu.

Ključne pretpostavke korištene za projekcije novčanih tokova su kako slijedi:

Stopa rasta	6,36%
Hipotetska stopa 'tantijema'	4,80%
Diskontna stopa	8,78%

Pretpostavka o stopi rasta temeljena je na povijesnim podacima i očekivanjima Uprave o razvoju tržišta. Korištena diskontna stopa temeljena je na ponderiranoj prosječnoj stopi troška kapitala izračunatoj na temelju bezrizične kamatne stope uvećane za premiju rizika Republike Hrvatske.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz šest strateških poslovnih područja i tri strateška distributivna područja kojima je pridruženo i zasebno tržište Rusije. Strateško Poslovno Vijeće odgovorno je za strateška i operativna pitanja.

Zbog efikasnijeg upravljanja pojedinačnim strateškim poslovnim i strateškim distributivnim područjima, nova organizacijska područja ujedinjavaju zajedno slične poslovne aktivnosti ili proizvode, zajednička tržišta ili kanale prodaje. Konkretno, od sada je poslovanje Atlantic Grupe organizirano u šest strateških poslovnih područja (SPP) i tri strateška distributivna područja (SDP):

- SPP Pića,
- SPP Kava,
- SPP Slatko i slano,
- SPP Delikatesni namazi,
- SPP Sportska i aktivna prehrana,
- SPP Zdravlje i njega,
- SDP Hrvatska,
- SDP Slovenija, Srbija, Makedonija,
- SDP HoReCa,

te tržište Rusije.

Zbog činjenice da SDP HoReCa i tržište Rusije ne prelaze prag materijalnosti, koji zahtijeva MSFI 8 za izvještajne segmente, oni se iskazuju unutar pozicije Ostali segmenti. Pozicija Ostali segmenti sastoji se također i od poslovnih aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključena iz izvještavanih operativnih segmenata. SDP Internacionalna tržišta do daljnjeg se neće posebno izdvajati nego će prihodi od prodaje i profitabilnost ovog distributivnog područja biti prikazani unutar SPP-a na koje se odnose.

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

Prodaja individualnih SPP-ova predstavlja ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz SPP-a, bilo kroz SDP-ove). Prodaja Strateških Distributivnih Područja obuhvaća prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Ovo duplo prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda eliminira se u liniji "Usklada". U svrhu izračuna operativne dobiti segmenata, prodaja između operativnih segmenata vrši se pod uobičajenim komercijalnim uvjetima koji bi bili primjenjivi i na nepovezane treće stranke.

Imovina i obveze po izvještajnim segmentima nisu objavljeni budući da se ne alociraju po izvještajnim segmentima nego se izvještavaju Strateškom Poslovnom Vijeću samo na razini Grupe.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

Prihodi od prodaje <i>(u tisućama kuna)</i>	2013.	2012.
SPP Pića	651.991	671.934
SPP Kava	1.087.157	1.090.672
SPP Slatko i slano	617.494	600.473
SPP Delikatesni namazi	458.843	463.664
SPP Sportska i aktivna prehrana	780.992	679.971
SPP Zdravlje i njega	505.954	481.328
SDP Hrvatska	806.721	876.829
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	1.938.605	1.930.387
Ostali segmenti	423.659	373.152
Usklada	(2.220.129)	(2.237.969)
Ukupno	5.051.287	4.930.441

Poslovni rezultati**Za godinu završenu 31. prosinca 2013.**

<i>(u tisućama kuna)</i>	EBITDA	Amortizacija i umanjenje vrijednosti	EBIT
SPP Pića	122.237	40.521	81.716
SPP Kava	238.704	15.148	223.556
SPP Slatko i slano	111.827	20.920	90.907
SPP Delikatesni namazi	123.320	14.024	109.296
SPP Sportska i aktivna prehrana	22.639	5.672	16.967
SPP Zdravlje i njega	47.926	10.110	37.816
SDP Hrvatska	15.178	5.788	9.390
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	82.588	5.897	76.691
Ostali segmenti	(173.642)	48.078	(221.720)
Ukupno	590.777	166.158	424.619

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

Poslovni rezultati <i>(u tisućama kuna)</i>	<u>Za godinu završenu 31. prosinca 2012.</u>		
	EBITDA	Amortizacija i umanjenje vrijednosti	EBIT
SPP Pića	137.019	44.164	92.855
SPP Kava	156.734	17.854	138.880
SPP Slatko i slano	115.334	21.612	93.722
SPP Delikatesni namazi	122.791	16.525	106.266
SPP Sportska i aktivna prehrana	11.281	6.440	4.841
SPP Zdravlje i njega	57.140	10.062	47.078
SDP Hrvatska	12.562	6.491	6.071
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	84.539	5.450	79.089
Ostali segmenti	(122.277)	51.467	(173.744)
Ukupno	575.123	180.065	395.058

Izvjštavanje po zemljopisnim segmentima

Ukupna dugotrajna imovina, isključujući financijske instrumente, odgođenu poreznu imovinu, derivativne financijske instrumente te potraživanja od kupaca i ostala potraživanja alocirana je kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Srbija	1.004.932	1.029.562
Slovenija	990.665	978.566
Hrvatska	704.384	729.777
Ostala tržišta	213.561	227.875
Ukupno imovina po zemljopisnim segmentima	2.913.542	2.965.780

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Prihodi od prodaje po tržištima	2013.		2012.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
Hrvatska	1.254.097	24,8	1.313.338	26,6
Srbija	1.215.221	24,1	1.226.774	24,9
Slovenija	689.269	13,6	648.695	13,2
Bosna i Hercegovina	364.201	7,2	376.980	7,7
Makedonija, Crna Gora, Kosovo	317.073	6,3	316.936	6,4
Njemačka, Italija, Ujedinjeno Kraljevstvo	387.943	7,7	361.952	7,3
Rusija i ZND zemlje	299.285	5,9	244.960	5,0
Ostala tržišta	524.198	10,4	440.806	8,9
Ukupan prihod od prodaje	5.051.287	100,0	4.930.441	100,0

Prihod zemljopisnog segmenta ovisi o zemljopisnom položaju kupaca.

Analiza prihoda po kategorijama	2013.		2012.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
Prihodi od prodaje po vrstama proizvoda				
Vlastiti brendovi	3.660.516	71,9	3.552.099	71,0
Principalski brendovi	756.782	14,9	782.099	15,6
Farmacia	308.508	6,0	300.230	6,0
Ugovorena proizvodnja	325.481	6,4	296.013	5,9
Ukupno prihodi od prodaje po vrstama proizvoda	5.051.287	99,2	4.930.441	98,5
Ostali prihodi /i/	40.935	0,8	75.043	1,5
Ukupan prihod	5.092.222	100,0	5.005.484	100,0

/i/ Od ukupnog ostalog prihoda u 2012. godini 20.673 tisuće kuna odnosi se na prihod od ukidanja obveze po opciji za prodaju nekretnine u Ljubljani.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 6 – TROŠKOVI RADNIKA**

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Bruto plaće /i/	596.715	580.498
Naknade za prijevoz	15.357	14.815
Otpremnine	4.664	7.128
Pravo na dodjelu dionica (bilješka 21)	5.849	6.083
Ostale naknade zaposlenima /ii/	49.533	44.940
	<u>672.118</u>	<u>653.464</u>

Na dan 31. prosinca 2013. godine Grupa ima 4.228 radnika (2012.: 4.247).

/i/ Doprinosi za mirovine koje je Grupa obračunala za uplatu obveznim mirovinskim fondovima za 2013. godinu iznose 92.287 tisuća kuna (2011.: 87.056 tisuća 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>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje - vanjski	283.584	266.322
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje - povezane stranke (bilješka 30)	20.662	17.045
Sponzorstva i donacije	47.574	37.387
	<u>351.820</u>	<u>320.754</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 8 – OSTALI TROŠKOVI POSLOVANJA**

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Prijevozni troškovi	109.044	102.822
Troškovi održavanja	97.575	96.563
Zakupnine (bilješka 27)	79.709	75.860
Neproizvodni materijal	26.831	29.844
Gorivo	21.311	23.023
Vrijednosno usklađenje zaliha (bilješka 19)	18.060	22.454
Intelektualne usluge	17.390	20.420
Porezi i doprinosi koji ne ovise o rezultatu	15.100	16.365
Troškovi službenog puta i dnevnice	16.554	14.827
Neproizvodne usluge	14.169	14.165
Telekomunikacijske usluge	13.009	13.730
Troškovi reprezentacije	13.859	12.515
Bankarski troškovi	9.133	10.175
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca (bilješka 18)	30.930	9.960
Proizvodne usluge	5.737	5.895
Naknade Nadzornom odboru	1.398	1.358
Autorske naknade	1.464	1.441
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 18)	(3.739)	(5.148)
Ostalo – povezane stranke (bilješka 30)	2.689	2.743
Ostalo	45.072	29.514
	<u>535.295</u>	<u>498.526</u>

BILJEŠKA 9 – OSTALI (GUBICI)/DOBICI – NETO

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
(Gubici)/dobici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(250)	9.248
Dobitak od prodaje financijske imovine raspoložive za prodaju	48	43
Gubici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(5.846)	(1.168)
(Gubici)/dobici od tečajnih razlika – neto	(2.757)	1.470
Ostali dobiti/(gubici) – neto	1.267	(488)
	<u>(7.538)</u>	<u>9.105</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 10 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO**

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima	(46.141)	(49.033)
Ostali financijski prihodi	-	(52)
	<u>(46.141)</u>	<u>(49.085)</u>
Financijski rashodi		
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima	58.342	113.020
Rashodi od kamata po kreditima od banaka	66.722	195.348
Rashodi od kamata po obveznicama	8.371	8.419
Rashodi od kamata po rezerviranjima za naknade zaposlenima	1.544	-
Rashod od kamata po kreditima – povezane stranke (bilješka 30)	82.628	53.779
	<u>217.607</u>	<u>370.566</u>
Financijski rashodi - neto	<u>171.466</u>	<u>321.481</u>

BILJEŠKA 11 – POREZ NA DOBIT

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Tekući porez na dobit	42.737	25.975
Odgođeni porez (bilješka 25)	11.422	(18.510)
	<u>54.159</u>	<u>7.465</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 11 – POREZ NA DOBIT (nastavak)**

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>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dobit prije oporezivanja	253.153	73.577
Porez na dobit izračunat primjenom prosječno ponderirane porezne stope na dobit društava u pripadajućim zemljama	51.580	23.398
Porezni učinci:		
Usklađenje za tekući porez na dobit prethodnih godina	(198)	(404)
Učinak neoporezivih prihoda	(24.751)	(9.288)
Učinak porezno nepriznatih troškova	26.451	13.342
Učinak prethodno nepriznatih poreznih gubitaka	(21.339)	(21.095)
Porezni gubici za koje nije priznata odgođena porezna imovina	10.995	20.022
Učinak iskorištenih poreznih gubitaka	22.825	2.680
Efekt priznatih poreznih gubitaka	(2.799)	(22.866)
Efekt promjene porezne stope	-	(811)
Nastanak i ukidanje privremenih poreznih razlika	(8.605)	2.487
Porezni trošak	54.159	7.465

Efektivna ponderirana prosječna porezna stopa iznosila je 21,4% (2012.: 10,1%). Povećanje stope u odnosu na prethodnu godinu je u najvećoj mjeri uzrokovano priznavanjem poreznih gubitaka u 2012. godini i njihovim korištenjem u 2013. godini.

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 u toku godine, koji ne uključuje prosječan broj redovnih dionica koje je Društvo kupilo i koje drži kao vlastite dionice.

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
Neto dobit dioničarima Društva <i>(u tisućama kuna)</i>	194.872	55.230
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	3.333.240	3.334.014
Osnovna zarada po dionici <i>(u kunama)</i>	58,46	16,57

Razrijeđena zarada po dionici

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

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 13 – NEKRETNINE, POSTROJENJA I OPREMA

<i>(u tisućama kuna)</i>	Zemljište	Građevinski objekti	Postrojenja i oprema	Imovina u pripremi	Ukupno
Stanje 31. prosinca 2011.					
Nabavna vrijednost	95.960	752.800	1.640.606	33.926	2.523.292
Akumulirana amortizacija	-	(308.693)	(1.025.097)	-	(1.333.790)
Neto knjigovodstvena vrijednost	95.960	444.107	615.509	33.926	1.189.502
Stanje 1. siječnja 2012.					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	95.960	444.107	615.509	33.926	1.189.502
Povećanje	-	472	9.406	60.817	70.695
Prijenos	-	17.799	55.543	(73.342)	-
Prodaja i rashodovanja	-	(582)	(3.604)	-	(4.186)
Amortizacija	-	(21.471)	(113.140)	-	(134.611)
Prijenos na/(s) imovine namijenjene prodaji	(4.034)	(1.461)	21	-	(5.474)
Tečajna razlika	(238)	(6.756)	(13.872)	(1.952)	(22.818)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	91.688	432.108	549.863	19.449	1.093.108
Stanje 31. prosinca 2012.					
Nabavna vrijednost	91.688	772.920	1.633.867	19.449	2.517.924
Akumulirana amortizacija	-	(340.812)	(1.084.004)	-	(1.424.816)
Neto knjigovodstvena vrijednost	91.688	432.108	549.863	19.449	1.093.108
Stanje 1. siječnja 2013.					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	91.688	432.108	549.863	19.449	1.093.108
Povećanje	-	-	-	91.187	91.187
Prijenos	337	11.812	70.124	(82.273)	-
Prodaja i rashodovanja	-	(839)	(2.633)	-	(3.472)
Amortizacija	-	(19.452)	(106.609)	-	(126.061)
Prijenos na/(s) imovine namijenjene prodaji	(150)	-	(602)	-	(752)
Tečajna razlika	807	3.184	2.696	150	6.837
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	92.682	426.813	512.839	28.513	1.060.847
Stanje 31. prosinca 2013.					
Nabavna vrijednost	92.682	787.784	1.678.909	28.513	2.587.888
Akumulirana amortizacija	-	(360.971)	(1.166.070)	-	(1.527.041)
Neto knjigovodstvena vrijednost	92.682	426.813	512.839	28.513	1.060.847

Kao sredstvo osiguranja otplate kredita, založena je dugotrajna materijalna imovina čija neto knjigovodstvena vrijednost na dan 31. prosinca 2013. godine iznosi 316.793 tisuća kuna (2012.: 331.153 tisuća kuna) (bilješka 24).

Nekretnine, postrojenja i oprema uključuju imovinu pod financijskim najmom neto knjigovodstvene vrijednosti 27.534 tisuća kuna (2012.: 35.791 tisuća kuna).

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 13a – DUGOTRAJNA IMOVINA RASPOLOŽIVA ZA PRODAJU**

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	113.868	139.127
Klasificirano kao raspoloživo za prodaju tijekom godine	752	5.495
Prodaja i rashodovanje	(16.617)	(5.551)
Trošak umanjenja vrijednosti /i/	-	(25.107)
Prijenos na vlastitu upotrebu sredstava	-	(21)
Tečajne razlike	1.130	(75)
Završna neto knjigovodstvena vrijednost	99.133	113.868

Dugotrajna imovina raspoloživa za prodaju odnosi se na nekretnine u vlasništvu društva Droga Kolinska d.d. i Atlantic Trade Zagreb d.o.o. Pokrenute su aktivnosti za provođenje planirane prodaje te je dio imovine prodan u 2013. godini dok se realizacija prodaje preostale imovine očekuje u 2014. godini.

Imovina u vrijednosti od 72.659 tisuća kuna (2012.: nula) založena je kao sredstvo osiguranje otplate kredita (bilješka 24).

/i/ Trošak umanjenja vrijednosti od 25.107 tisuća kuna priznat je u 2012. godini radi svođenja knjigovodstvene vrijednosti imovine na fer vrijednost, umanjenu za troškove prodaje.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 14 – NEMATERIJALNA IMOVINA

(u tisućama kuna)

	<u>Goodwill</u>	<u>Licence</u>	<u>Brendovi</u>	<u>Prava</u>	<u>Softver</u>	<u>Ukupno</u>
Stanje 31. prosinca 2011.						
Nabavna vrijednost	911.927	210.292	839.377	5.646	108.436	2.075.678
Akumulirana amortizacija	-	(15.196)	(19.482)	(5.646)	(79.160)	(119.484)
Neto knjigovodstvena vrijednost	911.927	195.096	819.895	-	29.276	1.956.194
Stanje 1. siječnja 2012.						
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	911.927	195.096	819.895	-	29.276	1.956.194
Učinak promjene deviznog tečaja	(43.551)	-	(18.803)	-	8	(62.346)
Povećanja	-	-	-	-	8.116	8.116
Smanjenja	(3.916)	(5.855)	-	-	(1.112)	(10.883)
Amortizacija	-	-	(3.752)	-	(12.362)	(16.114)
Trošak umanjenja vrijednosti /i/	-	(4.002)	-	-	-	(4.002)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	864.460	185.239	797.340	-	23.926	1.870.965
Stanje 31. prosinca 2012.						
Nabavna vrijednost	864.460	204.437	820.574	-	114.711	2.004.182
Akumulirana amortizacija	-	(19.198)	(23.234)	-	(90.785)	(133.217)
Neto knjigovodstvena vrijednost	864.460	185.239	797.340	-	23.926	1.870.965
Stanje 1. siječnja 2013.						
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	864.460	185.239	797.340	-	23.926	1.870.965
Učinak promjene deviznog tečaja	3.702	-	7.474	-	140	11.316
Povećanja	-	-	-	-	8.807	8.807
Smanjenja	-	-	-	-	(17)	(17)
Amortizacija	-	-	(3.761)	-	(9.191)	(12.952)
Trošak umanjenja vrijednosti /i/	-	(15.028)	(12.068)	-	-	(27.096)
Zaključno neto knjigovodstveno stanje	868.162	170.211	788.985	-	23.665	1.851.023
Stanje 31. prosinca 2013.						
Nabavna vrijednost	868.162	204.437	823.577	-	124.620	2.020.796
Akumulirana amortizacija	-	(34.226)	(34.592)	-	(100.955)	(169.773)
Neto knjigovodstvena vrijednost	868.162	170.211	788.985	-	23.665	1.851.023

Testiranje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na umanjenje vrijednosti prikazano je u bilješci 4 b).

/i/ Umanjenje vrijednosti je opisano u bilješci 4.

Smanjenje goodwilla i licenci u 2012. godini odnosi se na prodaju jedne ljekarne, u sklopu stjecanja manjinskih interesa (bilješka 28).

Nematerijalna imovina čija neto knjigovodstvena vrijednost na dan 31. prosinca 2013. godine iznosi 703.618 tisuće kuna (2012: 711.703 tisuće kuna) založena je kao sredstvo osiguranja otplate kredita (bilješka 24).

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 15 – FINANCIJSKI INSTRUMENTI PO KATEGORIJAMA

Računovodstvene politike za financijske instrumente su primijenjene na sljedeće stavke:

<i>(u tisućama kuna)</i>	Kredit i potraživanja	Imovina raspoloživa za prodaju	Ukupno
31. prosinca 2013.			
Financijska imovina			
Raspoloživa za prodaju	-	1.072	1.072
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.090.037	-	1.090.037
Dani kratkoročni depoziti	251	-	251
Novac i novčani ekvivalenti	325.334	-	325.334
Ukupno	1.415.622	1.072	1.416.694

<i>(u tisućama kuna)</i>	Ostale financijske obveze	Financijski najam	Derivativi za zaštitu od rizika	Ukupno
31. prosinca 2013.				
Financijske obveze				
Primljeni krediti	2.351.484	-	-	2.351.484
Obveze za financijski najam	-	4.754	-	4.754
Derivativni financijski instrumenti /i/	-	-	28.683	28.683
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	691.397	-	-	691.397
Ukupno	3.042.881	4.754	28.683	3.076.318

<i>(u tisućama kuna)</i>	Kredit i potraživanja	Imovina raspoloživa za prodaju	Ukupno
31. prosinca 2012.			
Financijska imovina			
Raspoloživa za prodaju	-	1.300	1.300
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.105.359	-	1.105.359
Dani kratkoročni depoziti	20.142	-	20.142
Novac i novčani ekvivalenti	250.865	-	250.865
Ukupno	1.376.366	1.300	1.377.666

<i>(u tisućama kuna)</i>	Ostale financijske obveze	Financijski najam	Derivativi za zaštitu od rizika	Obveze po fer vrijednosti kroz račun dobiti i gubitka	Ukupno
31. prosinca 2012.					
Financijske obveze					
Primljeni krediti	2.538.342	-	-	-	2.538.342
Obveze za financijski najam	-	14.660	-	-	14.660
Derivativni financijski instrumenti /i/	-	-	63.724	7.411	71.135
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	734.395	-	-	-	734.395
Ukupno	3.272.737	14.660	63.724	7.411	3.358.532

/i/ Derivativni financijski instrumenti klasificirani kao namijenjeni za prodaju odnose se na fer vrijednost instrumenata zaštite kamatne stope.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 16 – KREDITNA KVALITETA FINANCIJSKE IMOVINE**

Kreditna kvaliteta financijske imovine koja nije dospjela i nije ispravljena može se ocijeniti u usporedbi s neovisnim kreditnim ocjenama (ukoliko postoje) ili s povijesnim podacima o protustrankama.

Na dan 31. prosinca 2013. godine financijska imovina klasificirana u kategoriji 'potraživanja od kupaca i ostala potraživanja' i 'dani kratkoročni depoziti' koja je nedospjela iznosi 895.080 tisuća kuna (2012.: 919.572 tisuća kuna). Nedospjela potraživanja odnose se na potraživanja od postojećih kupaca bez kašnjenja u plaćanju u prošlosti.

Neovisne kreditne ocjene protustranaka za novac i novčane ekvivalente su kako slijedi:

<i>Kreditne ocjene</i>	2013.	2012.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
A-1/Negative/ (Standard & Poor's)	118.784	120.269
A-2/Negative/ (Standard & Poor's)	134.716	105.063
Non-Prime /Stable (Moody's)	35.835	-
Non-Prime /Negative (Moody's)	-	3.891
Novac u blagajni i u drugim bankama	35.999	21.642
	325.334	250.865

Kreditna kvaliteta financijske imovine koja nije dospjela i nije ispravljena, može se ocijeniti u usporedbi s neovisnim kreditnim ocjenama (ukoliko postoje) ili s povijesnim podacima o protustrankama:

	2013.	2012.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od kupaca		
Protustranke bez kreditnog rejtinga		
Grupa 1	22.991	25.839
Grupa 2	617.977	501.065
Grupa 3	214.387	320.389
Ukupno potraživanja od kupaca kojima nije umanjena vrijednost	855.355	847.293

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 16 – KREDITNA KVALITETA FINANCIJSKE IMOVINE (nastavak)**

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Ostala potraživanja		
A-	-	3
Protustranke bez kreditnog rejtinga		
Grupa 2	<u>21.830</u>	<u>35.337</u>
Ukupno ostala potraživanja kojima nije umanjena vrijednost	<u>21.830</u>	<u>35.340</u>
	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Kredit i dugoročni depoziti		
Protustranke bez kreditnog rejtinga		
Grupa 2	10.763	11.777
Grupa 3	<u>6.881</u>	<u>5.020</u>
	<u>17.644</u>	<u>16.797</u>
	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Kratkoročni depoziti		
A-1/Negative	<u>251</u>	<u>20.142</u>
	<u>251</u>	<u>20.142</u>

- Grupa 1 – novi kupci /povezane stranke (do 12 mjeseci)
- Grupa 2 – stari kupci /povezane stranke (više od 12 mjeseci) koji plaćaju unutar dospijeća
- Grupa 3 – stari kupci /povezane stranke (više od 12 mjeseci) koji plaćaju sa zakašnjenjem; sva zakašnjela plaćanja u potpunosti su naplaćena.

Ništa od nedospjele financijske imovine nije bilo prolongirano u proteklih godinu dana.

BILJEŠKA 17 – FINANCIJSKA IMOVINA RASPOLOŽIVA ZA PRODAJU

Financijska imovina raspoloživa za prodaju odnosi se na glavničke instrumente koji ne kotiraju na burzi te je iskazana po trošku s obzirom da se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti.

Tijekom 2013. i 2012. godine nije bilo umanjnja vrijednosti financijske imovine raspoložive za prodaju.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA**

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dugoročna potraživanja		
Dani krediti i depoziti /i/	8.777	9.547
Ostala dugoročna potraživanja /iv/	277	37
	<u>9.054</u>	<u>9.584</u>
Kratkoročna potraživanja		
Potraživanja od kupaca /ii/	1.050.563	1.053.222
Dani krediti i depoziti /i/	8.867	7.250
Tekuće dospjeće ostalih dugoročnih potraživanja /iv/	-	9.595
Ostala potraživanja /iii/	66.980	78.703
	<u>1.126.410</u>	<u>1.148.770</u>
Kratkoročni depoziti /vi/	251	20.142
	<u>1.135.715</u>	<u>1.178.496</u>

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Financijska imovina		
Kategorija: Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		
Kredit i depoziti	17.644	16.797
Potraživanja od kupaca	1.050.563	1.053.222
Ostala potraživanja	21.830	35.340
Kratkoročni depoziti	251	20.142
	<u>1.090.288</u>	<u>1.125.501</u>

/i/ Potraživanja po kreditima i depozitima su kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dugoročna potraživanja		
Depoziti za operativni najam	1.621	1.084
Kredit	9.127	9.727
Tekuće dospjeće	(1.971)	(1.264)
	<u>8.777</u>	<u>9.547</u>
Kratkoročna potraživanja		
Kredit – povezane stranke (bilješka 30)	5.764	4.248
Kredit	1.132	1.738
Tekuće dospjeće dugoročnih potraživanja	1.971	1.264
	<u>8.867</u>	<u>7.250</u>
	<u>17.644</u>	<u>16.797</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)**

Fer vrijednost danih kredita i depozita približno je jednaka knjigovodstvenoj vrijednosti.

/ii/ Potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od kupaca – bruto	1.107.429	1.115.853
Potraživanja od kupaca – povezane stranke (bilješka 30)	87.442	76.099
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca	<u>(144.308)</u>	<u>(138.730)</u>
	1.050.563	1.053.222

/iii/ Ostala potraživanja su kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od državnih institucija	22.881	35.164
Potraživanja za predujmove	8.746	2.206
Factoring	9.298	7.387
Unaprijed plaćeni troškovi	5.673	5.068
Potraživanje za kamate	6	18
Ostalo – povezane stranke (bilješka 30)	88	79
Ostalo	<u>20.288</u>	<u>28.781</u>
	66.980	78.703

/iv/ Ostala dugoročna potraživanja u iznosu od 9.595 tisuća kuna na dan 31. prosinca 2012. godine odnosila su se prvenstveno na potraživanja po kontinuiranoj cesiji na potraživanja poduzeća Badel 1862 d.d. od svojih kupaca. Budući da je Badel 1862 d.d. tijekom 2013. godine zapao u značajne poteškoće, uključujući i predstečajni postupak, napravljen je ispravak vrijednosti za preostali iznos potraživanja od 8.669 tisuća kuna (bilješka 8).

/v/ Uslijed neizvjesnosti naplate, napravljen je ispravak vrijednosti ostalih potraživanja u visini od 6.873 tisuća kuna (bilješka 8).

/vi/ Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Na dan 31. prosinca 2013. godine, vrijednost potraživanja od kupaca za koje je izvršen ispravak vrijednosti iznosi 144.308 tisuća kuna (2012.: 138.730 tisuća 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:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 3 mjeseca	810	850
Od 3 do 6 mjeseci	2.001	945
Više od 6 mjeseci	<u>141.497</u>	<u>136.935</u>
	144.308	138.730

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)**

Na dan 31. prosinca 2013. godine, vrijednost dospjelih potraživanja od kupaca za koje nije izvršen ispravak vrijednosti iznosi 195.208 tisuća kuna (2012.: 205.929 tisuća kuna) i odnosi se na više neovisnih kupaca koji u prošlosti nisu imali problema s plaćanjem.

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 3 mjeseca	164.753	143.328
Od 3 do 6 mjeseci	24.477	37.028
Više od 6 mjeseci	5.978	25.573
	195.208	205.929

Knjigovodstvena vrijednost financijske imovine Grupe po valutama je kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	393.240	387.350
Kune	291.342	326.043
RSD	304.130	328.988
Ostalo	101.576	83.120
	1.090.288	1.125.501

Promjene u ispravku vrijednosti potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Stanje 1. siječnja	138.730	156.156
Ispravak vrijednosti potraživanja (bilješka 8)	15.388	9.960
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 8)	(3.739)	(5.148)
Otpisana potraživanja	(6.579)	(21.016)
Tečajne razlike	508	(1.222)
Stanje 31. prosinca	144.308	138.730

Maksimalna izloženost kreditnom riziku je knjigovodstvena vrijednost svake gore spomenute kategorije potraživanja.

Grupa nema kolateralu kao osiguranja naplate potraživanja osim mjenica i zadužnica.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 19 – ZALIHE**

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Sirovine i materijal	175.428	199.332
Proizvodnja u toku	13.783	16.968
Gotovi proizvodi	181.181	195.494
Trgovačka roba	166.840	131.523
	<u>537.232</u>	<u>543.317</u>

Na dan 31. prosinca 2013. godine, zalihama u iznosu od 18.060 tisuća kuna (2012.: 22.454 tisuća kuna) umanjena je vrijednost i za njih je izvršeno vrijednosno usklađenje zbog usuglašavanja s neto ostvarivom vrijednosti (bilješka 8).

BILJEŠKA 20 – NOVAC I NOVČANI EKVIVALENTI

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Kunski račun i gotovina u blagajni	94.249	71.490
Devizni račun	111.490	93.977
Depoziti s rokom dospijeaća do tri mjeseca /i/	119.595	85.398
	<u>325.334</u>	<u>250.865</u>

/i/ Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Novac i novčani ekvivalenti denominirani su u sljedećim valutama:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	146.888	113.105
Kune	97.190	71.583
RSD	51.226	52.249
Ostalo	30.030	13.928
	<u>325.334</u>	<u>250.865</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL**

	Broj dionica	Redovne dionice	Kapitalna dobit	Vlastite dionice	Ukupno
			<i>(u tisućama kuna)</i>		
1. siječnja 2012.	3.333.827	133.372	882.903	(371)	1.015.904
Otkup vlastitih dionica	(10.541)	-	-	(5.393)	(5.393)
Isplata s temelja dionica	11.014	-	(155)	5.764	5.609
31. prosinca 2012.	3.334.300	133.372	882.748	-	1.016.120
Otkup vlastitih dionica	(13.029)	-	-	(9.063)	(9.063)
Isplata s temelja dionica	13.007	-	(151)	9.047	8.896
31. prosinca 2013.	3.334.278	133.372	882.597	(16)	1.015.953

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.

Vlasnička struktura Društva je kako slijedi:

	31. prosinca 2013.		31. prosinca 2012.	
	Broj dionica	%	Broj dionica	%
Emil Tedeschi	1.673.819	50,20	1.673.819	50,20
Raiffeisen Obvezni mirovinski fond	323.500	9,70	322.943	9,69
EBRD	284.301	8,53	284.301	8,53
DEG	283.209	8,49	283.209	8,49
Lada Tedeschi Fiorio	193.156	5,79	193.156	5,79
Uprava Društva	38.386	1,15	37.481	1,12
Ostali dioničari	537.907	16,14	539.391	16,18
Vlastite dionice	22	-	-	-
Ukupno	3.334.300	100,00	3.334.300	100,00

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL (nastavak)****Isplate s temelja dionica**

Prema programu dioničkih opcija Društva, dionice se dodjeljuju članovima Uprave i višeg managementa.

Jedan dio dodjele dionica ovisi o postizanju ciljanog rasta dobiti iz poslovanja Grupe i o individualnim postignućima. Drugi dio dodjele dionica uvjetuje da zaposlenik bude zaposlen najmanje dvije godine (razdoblje stjecanja prava). Dodatno, dio programa je namijenjen za iznimna postignuća na specijalnim projektima.

Sukladno programu, u 2013. godini je dodijeljeno novih 6.254 dionica (2012.: 6.538 dionica).

Fer vrijednost transakcija isplate s temelja dionica podmirenih glavničkim instrumentima iznosila je 6.182 tisuće kuna (2012.: 6.491 tisuću kuna). Od tog iznosa, 5.849 tisuća kuna (2012.: 6.083 tisuća kuna) iskazano je zajedno s pripadajućim porezom unutar troškova radnika (bilješka 6), što se odnosi na dionice za koje su uvjeti ostvarivanja prava ispunjeni u 2013. godini (5.887 dionica, 2012.: 6.127 dionica), dok je 332 tisuće kuna (2012.: 408 tisuća kuna) iskazano u okviru odgođenih troškova radnika, vezano uz dionice za koje će uvjeti ostvarivanja prava biti ispunjeni u sljedeće dvije godine (367 dionica; 2012.: 411 dionica).

Fer vrijednost dodijeljenih dionica utvrđena je na dan stjecanja prava prema procijenjenoj tržišnoj cijeni dionice u iznosu od 700 kuna (2012.: 700 kuna).

Isplata dividendi

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 20. lipnja 2013. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 9,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 30.008 tisuća kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2013. godine.

U 2012. godini nije bilo isplate dividendi dioničarima Društva.

BILJEŠKA 22 – PRIČUVE

<i>(u tisućama kuna)</i>	Pričuve /i/	Pričuve iz preračuna /ii/	Pričuve zaštite od rizika /ii/	Ukupno
1. siječnja 2012.	5.428	45.136	(47.361)	3.203
Tečajne razlike	-	(50.737)	-	(50.737)
Prijenos iz zadržane dobiti	556	-	-	556
Zaštita novčanog toka	-	-	(10.113)	(10.113)
31. prosinca 2012.	5.984	(5.601)	(57.474)	(57.091)
Tečajne razlike	-	9.707	-	9.707
Prijenos u zadržanu dobit	(277)	-	-	(277)
Zaštita novčanog toka	-	-	32.298	32.298
31. prosinca 2013.	5.707	4.106	(25.176)	(15.363)

/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.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 23 – OBVEZE PREMA DOBAVLJAČIMA I OSTALE OBVEZE

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze prema dobavljačima	595.226	626.685
Obveze prema dobavljačima – povezane stranke (bilješka 30)	1.416	1.816
Ostale obveze	<u>139.530</u>	<u>165.095</u>
	<u>736.172</u>	<u>793.596</u>

Ostale obveze na dan 31. prosinca su kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze za bruto plaće zaposlenima	32.766	41.254
Obveze prema državnim institucijama	11.920	17.648
Obveze prema Kapitalnom Fondu d.d. /i/	22.036	33.136
Ukalkulirani troškovi	41.368	27.610
Ukalkulirani trošak neiskorištenih godišnjih odmora	14.515	13.800
Obveze za otpremnine	89	299
Odgođeni prihodi	1.361	1.112
Obveza za dividendu (bilješka 30)	111	22
Ostalo	<u>15.364</u>	<u>30.214</u>
	<u>139.530</u>	<u>165.095</u>

/i/ Dospjeće ovih obveza prolongirano je do 2014. godine.

Financijske obveze denominirane su u sljedećim valutama:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	287.061	268.135
Kune	270.970	314.433
RSD	89.362	100.547
Ostalo	<u>44.004</u>	<u>51.280</u>
	<u>691.397</u>	<u>734.395</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dugoročni krediti:		
Financijske ustanove /i/	373.807	415.045
Povezane stranke /ii/ (bilješka 30)	1.479.720	1.665.948
Obveznice /iii/	113.984	113.375
Financijski najam	1.439	4.533
Dugoročni dug	1.968.950	2.198.901
Kratkoročni krediti:		
Financijske ustanove /i/	184.035	186.171
Povezane stranke/ii/ (bilješka 30)	198.577	156.442
Obveznice /iii/	1.361	1.361
Financijski najam	3.315	10.127
	387.288	354.101
	2.356.238	2.553.002

/i/ Atlantic Grupa je u studenom 2012. godine potpisala ugovore o refinanciranju postojećih kredita. Ugovori su potpisani s Europskom bankom za obnovu i razvoj (EBRD), Međunarodnom financijskom korporacijom (IFC, članica grupe Svjetske Banke) i ostalim lokalnim komercijalnim bankama. Iznos odobrenog kreditnog paketa je bio 307 milijuna eura te je bio strukturiran na način da je EBRD aranžirao kredit u iznosu do 232 milijuna eura, IFC je u paketu sudjelovao s kreditom od 50 milijuna eura, dok su preostalih 25 milijuna paralelno osigurale Raiffeisenbank Austria Zagreb i Zagrebačka banka. Sredstva iz ugovorenog paketa korištena su primarno za restrukturiranje bilance Grupe (272 milijuna eura), zatim za neobvezujuću liniju za unapređenje energetske učinkovitosti (10 milijuna eura) te za financiranje radnog kapitala (25 milijuna eura). Na dan 31. prosinca 2013. godine, 20,7 milijuna eura iz obvezujuće kreditne linije za financiranje radnog kapitala nije iskorišteno (31. prosinca 2012.: 20,7 milijuna eura).

/ii/ Obveze po primljenim kreditima od EBRD-a i DEG-a su prikazane odvojeno s obzirom da te financijske institucije posjeduju dionice Društva (bilješka 21) te se stoga smatraju povezanim strankama.

/iii/ U rujnu 2011. godine Atlantic Grupa je izdala obveznice u nominalnom iznosu od 115 milijuna kuna po fiksnoj godišnjoj kamatnoj stopi od 6,75% i cijeni izdanja od 99,375%. Obveznice dospijevaju 20. rujna 2016. godine.

Kreditni financijskih ustanova (uključujući povezane stranke) osigurani su zalogom nad zemljištem, postrojenjem i zgradama (bilješke 13 i 13a), nematerijalnom imovinom (bilješka 14) i udjelima u podružnicama (Atlantic Trade d.o.o., Droga Kolinska d.d., Grand Prom d.o.o. i Soko Štark d.o.o.). Nadalje, na dio kredita od financijskih ustanova te na izdane obveznice primjenjuju se obveze definirane ugovorima o kreditu na temelju kojih je Grupa obvezna ispuniti određene ključne pokazatelje poslovanja poput pokrića ukupnog neto duga, pokrića kamata, pokrića novčanog toka i maksimalnih kapitalnih ulaganja. Na dan bilance sve obveze su ispunjene.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA (nastavak)**

Izloženost promjeni kamatne stope na primljene kredite sukladno ugovorenim datumima promjena kamatnih stopa na dan bilance je kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Fiksna kamatna stopa	171.461	192.728
Do 3 mjeseca	1.668.810	1.808.750
3 do 6 mjeseci	515.967	551.524
	<u>2.356.238</u>	<u>2.553.002</u>

Dinamika otplate dugoročnog duga je kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Od 1 do 2 godine	292.769	233.084
Od 2 do 5 godina	1.351.843	1.098.612
Preko 5 godina	324.338	867.205
	<u>1.968.950</u>	<u>2.198.901</u>

Prosječna godišnja efektivna kamatna stopa na primljene kredite od financijskih ustanova na dan bilance bila je 4,16% (2012.: 4,51%). Godišnja efektivna kamatna stopa na obveznice na dan bilance bila je 7,26% (2012.: 7,25%).

Knjigovodstveni iznosi i fer vrijednost dugoročnog duga su kako slijedi:

	Knjigovodstveni iznosi		Fer vrijednost	
	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>		<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dugoročni dug				
Financijske ustanove	1.853.527	2.080.993	1.852.845	2.079.354
Obveznice	113.984	113.375	119.703	119.669
Financijski najam	1.439	4.533	1.439	4.533
	<u>1.968.950</u>	<u>2.198.901</u>	<u>1.973.987</u>	<u>2.203.556</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA (nastavak)**

Fer vrijednost primljenih kredita od banaka i financijskih ustanova izračunata je na temelju diskontiranog novčanog toka primjenom kamatne stope od 4,16% (2012.: 4,51%).

Knjigovodstveni iznos kratkoročnih kredita uglavnom odgovara njihovoj fer vrijednosti.

Bruto obveze po financijskom najmu – minimalna plaćanja najma:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 1 godine	3.412	10.396
Između 1 i 5 godina	<u>1.644</u>	<u>5.163</u>
	5.056	15.559
Budući financijski troškovi po financijskom najmu	<u>(302)</u>	<u>(899)</u>
Sadašnja vrijednost obveza po financijskom najmu	<u>4.754</u>	<u>14.660</u>

Knjigovodstveni iznos kredita i obveznica preračunat je iz sljedećih valuta:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Kune	247.732	252.901
EUR	2.100.238	2.296.234
USD	6.510	3.867
Ostalo	<u>1.758</u>	<u>-</u>
	<u>2.356.238</u>	<u>2.553.002</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 25 – ODGOĐENI POREZ

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Odgođena porezna imovina:		
- koju je moguće upotrijebiti poslije više od 12 mjeseci	34.852	60.914
- koju je moguće upotrijebiti u razdoblju od 12 mjeseci	13.060	11.268
	<u>47.912</u>	<u>72.182</u>
Odgođene porezne obveze:		
- koju je moguće upotrijebiti poslije više od 12 mjeseci	(179.792)	(185.970)
- koju je moguće upotrijebiti u razdoblju od 12 mjeseci	(1.586)	(985)
	<u>(181.378)</u>	<u>(186.955)</u>
Odgođene porezne obveze - neto	<u>(133.466)</u>	<u>(114.773)</u>

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 74.000 tisuća kuna (2012.: 78.838 tisuća kuna) nastalih u podružnicama, 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 407.009 tisuća kuna (2012.: 388.118 tisuća kuna) ističu kroz sljedećih 10 godina dok porezni gubici u iznosu od 8.223 tisuća kuna (2012.: 10.730 tisuća kuna) imaju neograničeni vijek korištenja.

Odgođena porezna imovina

<i>(u tisućama kuna)</i>	<u>Porezni gubici</u>	<u>Rezerviranja</u>	<u>Ostalo</u>	<u>Ukupno</u>
Stanje 1. siječnja 2012.	11.677	5.963	38.772	56.412
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	18.678	1.800	(2.138)	18.340
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	-	(818)	(818)
Tečajne razlike	(680)	(44)	(1.028)	(1.752)
Stanje 31. prosinca 2012.	<u>29.675</u>	<u>7.719</u>	<u>34.788</u>	<u>72.182</u>
Stanje 1. siječnja 2013.	29.675	7.719	34.788	72.182
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	(20.027)	(244)	2.214	(18.057)
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	(71)	(5.944)	(6.015)
Ostale promjene	-	(544)	130	(414)
Tečajne razlike	96	14	106	216
Stanje 31. prosinca 2013.	<u>9.744</u>	<u>6.874</u>	<u>31.294</u>	<u>47.912</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 25 – ODGOĐENI POREZ (nastavak)

Odgođena porezna obveza

<i>(u tisućama kuna)</i>	Dobici od vrijednosnog usklađenja	Višak fer vrijednosti imovine stečene poslovnim kombinacijama	Ostalo	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2012.	66	185.066	7.932	193.064
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	19	(1.057)	868	(170)
Ostale promjene	-	(1.171)	(3.062)	(4.233)
Tečajne razlike	3	(1.323)	(386)	(1.706)
Stanje 31. prosinca 2012.	88	181.515	5.352	186.955
Stanje 1. siječnja 2013.	88	181.515	5.352	186.955
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	-	(5.594)	(1.041)	(6.635)
Ostale promjene	(88)	-	(717)	(805)
Tečajne razlike	-	1.834	29	1.863
Stanje 31. prosinca 2013.	-	177.755	3.623	181.378

BILJEŠKA 26 – REZERVIRANJA

<i>(u tisućama kuna)</i>	Rezerviranja za naknade zaposlenima	Rezerviranja za sudske sporove	Rezerviranja za garancije	Ostala rezerviranja	Ukupno
Stanje 31. prosinca 2012.	45.964	26.546	2.450	4.731	79.691
Analiza ukupnih rezerviranja:					
Dugoročni dio	29.762	25.146	-	1.569	56.477
Kratkoročni dio	16.202	1.400	2.450	3.162	23.214
Stanje 1. siječnja 2013.	45.964	26.546	2.450	4.731	79.691
Povećanja	20.782	13.233	2.531	24	36.570
Iskorišteno tijekom godine	(20.057)	(241)	(2.459)	(863)	(23.620)
Ukinuto tijekom godine	(2.475)	(757)	-	(2.310)	(5.542)
Trošak kamata	1.544	-	-	-	1.544
Tečajne razlike	204	541	31	19	795
Stanje 31. prosinca 2013.	45.962	39.322	2.553	1.601	89.438
Analiza ukupnih rezerviranja:					
Dugoročni dio	30.332	27.827	-	1.564	59.723
Kratkoročni dio	15.630	11.495	2.553	37	29.715

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 26 – REZERVIRANJA (nastavak)

Sudski sporovi

U toku redovitog poslovanja Grupa je 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 2013. 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 2014. godine. Kratkoročni iznos primanja radnika sastoji se od godišnjih bonusa radnicima te jubilarnih nagrada i otpremnina u iznosu od 1.159 tisuća kuna koji će biti isplaćeni u razdoblju od 12 mjeseci nakon datuma bilance. U 2013. godini Grupa je usvojila Dodatak MRS 19 za prezentaciju obveza za jednokratne otpremnine prilikom redovnog umirovljenja. Usporedni podaci nisu promijenjeni budući da nisu imali materijalan utjecaj na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.

Ostala rezerviranja

Ostala rezerviranja odnose se najvećim dijelom na rezerviranja za otpremnine zaposlenima vezana uz restrukturiranje.

BILJEŠKA 27 – PREUZETE OBVEZE

Ugovorena, a nerealizirana kapitalna ulaganja su na dan 31. prosinca 2013. iznosila 20.697 tisuća kuna za nekretnine, postrojenja i opremu (2012.: nula) te 1.745 tisuća kuna za nematerijalnu imovinu (2012.: nula).

Grupa je ugovorila neraskidive operativne najmove za određena prodajna mjesta, urede i skladišta. Trajanje tih ugovora je između tri i deset godina te je većina njih obnovljiva po isteku trajanja pod tržišnim uvjetima.

Grupa je također ugovorila raskidive operativne najmove za određene nekretnine, postrojenja i opremu. U slučaju raskida ovih ugovora Grupa mora obavijestiti najmodavca tri do šest mjeseci unaprijed.

Trošak zakupnine nastao tokom godine iskazuje se na teret računa dobiti i gubitka (bilješka 8).

Ukupna buduća minimalna plaćanja najma proizašla iz neraskidivih ugovora o operativnom najmu opreme, vozila i poslovnih prostora su kako slijedi:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do jedne godine	47.611	35.317
Od jedne do pet godina	79.162	65.066
Preko pet godina	4.277	6.495
	<u>131.050</u>	<u>106.878</u>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE

(i) Akvizicije u 2013. i 2014. godini

U prosincu 2013. godine, Grupa je potpisala ugovor o stjecanju društva Prodis d.o.o. iz Slovenije. Po njezinom dovršetku, transakcija će primarno odražavati stjecanje prava distribucije proizvoda jednog od vodećih svjetskih proizvođača robe široke potrošnje, Unilevera, za tržišta Hrvatske i Slovenije. Sukladno kupoprodajnom ugovoru, dio kupoprodajne naknade plaćen je unaprijed dok će preostali iznos biti plaćen u 2014. godini, po dovršetku procesa akvizicije. Dovođenje procesa akvizicije se očekuje krajem ožujka 2014. godine budući da je krajem veljače ispunjen preduvjet ishodovanja dozvole slovenske Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja.

(ii) Akvizicije u 2012. godini

Tijekom 2012. godine Grupa je stekla manjinski interes u podružnicama ZU Ljekarne Bamapharm i Atlantic Farmacia d.o.o. i postala jedini vlasnik ovih podružnica. Stjecanje manjinskih interesa u ovim podružnicama je dijelom podmireno u novcu (20.343 tisuća kuna), a dijelom prodajom jedne ljekarne iz podružnice ZU Farmacia (bilješka 14). Podružnica Atlantic Farmacia d.o.o. je naknadno pripojena društvu Fidifarm d.o.o.

U listopadu 2012. godine Grupa je postala jedini vlasnik Soko Štark d.o.o., Beograd, nakon prijenosa preostalog udjela od 5,86% u temeljnom kapitalu ove podružnice od manjinskih dioničara na većinskog vlasnika Grand Kafa d.o.o., Beograd, za kupoprodajnu naknadu u ukupnom iznosu od 2,3 milijuna eura (19.601 tisuću kuna).

Također, u prosincu 2012. godine Grupa je postala jedini vlasnik podružnice Palanački Kiseljak a.d., Smederevska Palanka, nakon stjecanja preostalog udjela od 7,1% u temeljnom kapitalu ove podružnice uz kupoprodajnu naknadu od 592 tisuće kuna.

Grupa je isknjižila vrijednost manjinskih interesa od 25.342 tisuće kuna, te priznala smanjenje kapitala koja pripada dioničarima Društva u iznosu od 23.919 tisuća kuna.

Utjecaj promjene postotka vlasništva u gore navedenim podružnicama, na kapital koji pripada dioničarima Društva iskazan iznosi:

(u tisućama kuna)

Knjigovodstvena vrijednost stečenih manjinskih interesa	25.342
Naknada isplaćena manjinskim dioničarima u novcu	(40.536)
Naknada u naravi, umanjeno za porez	(8.725)
	<hr/>
Višak isplaćene naknade, priznat u kapitalu Društva	(23.919)
	<hr/>

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 29 – NOVAC GENERIRAN POSLOVANJEM**

	<u>Bilješka</u>	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
Neto dobit		198.994	66.112
Porez na dobit	11	54.159	7.465
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	13,13a, 14, 2.24	166.158	180.065
Gubitak/ (dobit) od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	9	250	(9.248)
Dobit od prodaje financijske imovine raspoložive za prodaju	9	(48)	(43)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine		48.990	32.414
Tečajne razlike – neto		19.349	49.460
Povećanje rezerviranja za rizike i troškove - neto	26	9.747	3.176
Gubici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	9	5.846	1.168
Isplate s temelja dionica		8.671	5.855
Prihodi od kamata		(8.189)	(9.741)
Rashodi od kamata	10	159.265	257.546
Ostale nenovčane promjene, neto		(3.212)	918
Promjene u radnom kapitalu:			
Povećanje zaliha		(11.979)	(32.090)
Povećanje kratkoročnih potraživanja		(1.845)	(31.576)
(Smanjenje)/ povećanje kratkoročnih obveza		(47.733)	33.205
Novac generiran poslovanjem		598.423	554.686

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.****BILJEŠKA 30 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA**

Grupa ostvaruje transakcije sa sljedećim povezanim strankama: dioničarima i ostalim društvima u vlasništvu ili pod kontrolom dioničara ('ostale povezane stranke').

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. prosinca 2013. godine i na dan 31. prosinca 2012. 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>	Bilješke	2013.	2012.
POTRAŽIVANJA			
Kratkoročna potraživanja			
Ostale povezane stranke	18	93.294	80.426
OBVEZE			
Primljeni krediti			
Dioničari	24	1.678.297	1.822.390
Obveze prema dobavljačima			
Dioničari	23	111	22
Ostale povezane stranke	23	1.416	1.816
		<u>1.527</u>	<u>1.838</u>
PRIHODI			
Prihodi od prodaje robe i usluga			
Ostale povezane stranke		455.364	459.324
Ostali prihodi			
Ostale povezane stranke		1.379	-
RASHODI			
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje			
Ostale povezane stranke	7	20.662	17.045
Ostali troškovi poslovanja			
Ostale povezane stranke	8	2.689	2.743
Neto rashodi od financiranja			
Dioničari	10	82.628	53.779

Naknade Uprave

U 2013. godini članovi Uprave su po osnovi plaće i naknade za članstvo u nadzornom odboru operativnih društava te godišnjeg bonusa zaprimili ukupan bruto iznos od 13.758 tisuća kuna (2012.: 13.733 tisuće kuna).

BILJEŠKA 31 – REVIZORSKE NAKNADE

PricewaterhouseCoopers d.o.o., revizor grupnih financijskih izvještaja pružio je usluge u vrijednosti od 3.375 tisuće kuna (2012.: 3.062 tisuće kuna). Ove usluge odnose se na reviziju i pregled financijskih izvještaja te dogovorene postupke izračuna ključnih pokazatelja poslovanja.

BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2013.

BILJEŠKA 32 – OVISNA DRUŠTVA

Grupu čini Društvo i sljedeća ovisna društva u kojima Društvo posjeduje vlasnički udjel iznad 50% i kontrolu:

	<u>2013.</u>	<u>2012.</u>
Cedevita d.o.o., Hrvatska	81%	81%
- Multivita d.o.o., Srbija	100%	100%
Neva d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Atlantic Trade d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- Droga Kolinska d.d., Slovenija	100%	100%
- Soko Štark d.o.o., Srbija	100%	100%
- Palanački kiseljak a.d., Srbija (pripojeno u Soko Štark d.o.o. u 2013)	-	100%
- Argeta d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- Droga d.o.o.e.l., Makedonija (likvidirano u 2013)	-	100%
- o.o.o. Droga Kolinska, Rusija	100%	100%
- Grand Prom d.o.o., Srbija	100%	100%
- Unikomerc d.o.o., Srbija	100%	100%
- Kofikom Produkt d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- Droga Kolinska d.o.o.e.l., Makedonija	100%	100%
- Atlantic Brands d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Slovenija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Makedonija	75%	75%
- Lasago d.o.o., Hrvatska (u stečajju)	100%	100%
- Bionatura bidon vode d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- Atlantic Multipower d.o.o., Hrvatska (osnovano u 2013)	100%	-
Atlantic Trade Sofia e.o.o.d., Bugarska (likvidirano u 2013)	-	100%
Fidifarm d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- Atlantic Pharmacentar d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- ZU Ljekarne Farmacia, Hrvatska	100%	100%
- ZU Ljekarne Bamapharm, Hrvatska (pripojeno u ZU Ljekarne Farmacia u 2013)	-	100%
- Farmacia - specijalizirana prodavaonica d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- ZU Ljekarne Dvoržak 2. Hrvatska (pripojeno u ZU Ljekarne Farmacia u 2013)	-	100%
- ZU Ljekarne Marijam, Hrvatska (pripojeno u ZU Ljekarne Farmacia u 2013)	-	100%
Montana Plus d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Atlantic s.r.l., Italy (u postupku likvidacije)	100%	100%
Hopen Investments, BV, Nizozemska	100%	100%
- Atlantic Multipower GmbH & CO OHG, Njemačka	100%	100%
- Atlantic Multipower UK Ltd, Velika Britanija	65%	65%
- Sport Direct Ltd, Velika Britanija	100%	100%
- Atlantic Multipower Srl, Italija	100%	100%
- Atlantic Multipower Iberica, Španjolska	100%	100%
- AKTIVKOST Handelsgesellschaft mbH, Njemačka	100%	100%
- Atlantic Management GmbH, Njemačka	100%	100%

KONTAKTI

Uprava

Miramarska 23
10 000 Zagreb
+385 1 2413 900
grupa@atlanticgrupa.com

Odnosi s investitorima

Miramarska 23
10 000 Zagreb
+385 1 2413 908
ir@atlanticgrupa.com