

Financijski rezultati u prvom polugodištu 2016. godine

Zagreb – 28. srpnja 2016. godine

Rast prodaje vlastitih brendova i ulaganje u internacionalizaciju poslovanja

- **Prihodi od prodaje u iznosu od 2.456,6 milijuna kuna**
- 3,3% u odnosu na prvo polugodište 2015. godine
- **Dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) od 259,8 milijuna kuna**
- 7,4% u odnosu na prvo polugodište 2015. godine
- **Dobit prije kamata i poreza (EBIT) od 192,2 milijuna kuna**
- 7,5% u odnosu na prvo polugodište 2015. godine
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa od 133,5 milijuna kuna**
- 7,3% u odnosu na prvo polugodište 2015. godine

Komentar predsjednika Uprave

Komentirajući financijska ostvarenja i ključne poslovne događaje u prvom polugodištu 2016. godine, Emil Tedeschi, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

„Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2016. godine posebnu pažnju posvetila razvoju distribucijskog poslovanja na zapadnoeuropskim tržištima kako bi ostvarila stratešku odrednicu daljnje internacionalizacije kompanije. Istovremeno smo intenzivno radili na restrukturiranju strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana, nastavili s razvojem sveukupnog poslovanja lansiranjem novih proizvoda i otvaranjem novih specijaliziranih prodavaonica Farmacia te s nesmanjenim fokusom jačali regionalnu distributivnu mrežu.

U drugoj polovici 2016. godine fokus će biti na daljnjem rastu na postojećim tržištima i nastavku internacionalizacije poslovanja, a posebnu pozornost ćemo i dalje posvećivati održavanju likvidnosti, upravljanju financijskim obvezama te upravljanju rizicima.“

Financijski sažetak prvog polugodišta 2016. godine

Ključni pokazatelji	H1 2016	H1 2015	H1 2016/H1 2015
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	2.456,6	2.540,1	(3,3%)
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	2.486,9	2.554,0	(2,6%)
EBITDA marža	10,6%	11,0%	- 47 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	133,5	144,0	(7,3%)
Pokazatelj zaduženosti*	47,3%	46,3%	+100 bb

* Pokazatelj zaduženosti = Neto dug/(Ukupni kapital+Neto dug)

KLJUČNI DOGAĐAJI u prvom polugodištu 2016. godine

1. Nastavak razvoja poslovanja na zapadnoeuropskim tržištima

Nastavno na osnivanje distribucijskih kompanija u Njemačkoj i Austriji, započeta su ulistavanja Argete, Donata Mg, Cedevite i Bakine Tajne te rad na kvalitetnijem pozicioniranju Multipowera i Champa kod ključnih kupaca u Njemačkoj, dok je u Austriji stavljen fokus na kvalitetniju distribuciju, s obzirom da su navedeni brendovi većim dijelom već od ranije prisutni na tržištu. Sa strane eksternih principala, potpisan je ugovor o distribuciji Nocco-a za tržišta Njemačke, Austrije i Ujedinjenog Kraljevstva, a nastavlja se rad na akviriranju novih principala.

2. Restrukturiranje Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana

Tijekom prvog polugodišta 2016. godine završen je veći dio procesa vezanih uz restrukturiranje ovog strateškog područja te godinu nastavljamo sa značajno efikasnijim poslovnim modelom koji podrazumijeva manji broj proizvoda, ali uz višu profitabilnost, pojednostavljene recepture te manji broj zaposlenih. Kao što je i ranije navedeno, krajem ožujka došlo je do prekida suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke, dok istovremeno nastavljamo pregovore s novim potencijalnim partnerima u proizvodnji privatnih robnih marki.

3. Izmjena uvjeta kreditiranja i izdanje nove korporativne obveznice

Atlantic Grupa je s Europskom bankom za obnovu i razvoj (EBRD) i Međunarodnom financijskom korporacijom (IFC) potpisala ugovore o izmjeni uvjeta kreditiranja, kojima su definirani povoljniji financijski uvjeti te je produljena ročnost kreditiranja za dvije godine, do 2021. godine. Novi aranžman rezultat je kontinuiranog ispunjavanja svih dosadašnjih preuzetih obaveza, promišljene strategije te odličnih poslovnih rezultata na temelju kojih Atlantic Grupa potvrđuje još snažnije povjerenje financijske zajednice u Hrvatskoj i inozemstvu. Ukupni ugovoreni kreditni paket iznosi 191,5 milijuna eura, od čega EBRD s partnerskim bankama iz grupacija Erste Banke, Raiffeisen Banke, Sberbanke i Unicredit Banke sudjeluje sa 146 milijuna eura, IFC sudjeluje s 38 milijuna eura, dok EBRD u paralelnom bilateralnom kreditu za investiciju u Novoj Gradišci sudjeluje sa 7,5 milijuna eura.

Atlantic Grupa uspješno je izdala korporativne obveznice u iznosu od 200 milijuna kuna, s fiksnom godišnjom kamatnom stopom od 3,125% uz polugodišnju isplatu kamata i dospijeće 17. lipnja 2021. godine. Obveznice su izdane na domaćem tržištu kapitala i uvrštene u prvu kotaciju Zagrebačke burze. Sredstva prikupljena ovim izdanjem koristit će se za refinanciranje postojećih obveznica oznake ATGR-O-169A koje dospijevaju u rujnu 2016. godine, dok će ostatak sredstava biti korišten za financiranje radnog kapitala. Izdavanjem obveznica na domaćem tržištu kapitala Atlantic Grupa nastavlja s praksom kontinuiranog unapređenja vlastitih izvora financiranja, kao i s poticanjem razvoja domaćeg tržišta kapitala.

4. Vlastiti brendovi u prvome polugodištu 2016. godine

Prema istraživanju koje je krajem 2015. godine proveo Valicon, nezavisna agencija za marketinška istraživanja, među top 10 brendova regije (istraživanje se vrši u Hrvatskoj, Srbiji, Bosni i Hercegovini, Sloveniji i Makedoniji) nalaze se čak 4 brenda Atlantic Grupe: Cedevita, Smoki, Argeta i Cockta. Valicon

mjeri snagu brenda koja se računa na temelju prepoznatljivosti brenda te iskustvu i korištenju brenda unutar pojedine kategorije.

Na dodjeli nagrada Diggitt, koja se održala 15. lipnja u Ljubljani, Donat Mg je zajedno s agencijom Pristop osvojio zlatnu nagradu u kategoriji Hrana i piće za video Roylet. Za Donat Mg je to već peta nagrada Diggitt, čime on potvrđuje svoje uspješno djelovanje na području digitalnog komuniciranja. Donat Mg je i na 25. Slovenskom oglašivačkom festivalu, središnjem događaju slovenske komunikacijske industrije, održanom u travnju u Portorožu, s agencijom Pristop osvojio čak 5 priznanja.

U okviru strateškog poslovnog područja **Pića** predstavljeni su brojni novi proizvodi. Kala je započela s distribucijom vode s čak tri nova okusa: limun&zeleni čaj, limeta&menta i bazga. Proveden je redizajn Cedevita bombona, kako bi njihov vizualni identitet u potpunosti odgovarao dizajnu instant napitaka. Cedevita je lansirala novi proizvod, Cedevita Tropic za djecu i to u pakiranju od 200 grama za kućnu potrošnju i boci za on-the-go segment. Novost je i maloprodajno pakiranje Cedevite sa stevijom, koja nudi zdraviji izbor zahvaljujući 35% manje šećera uz zadržavanje izvrsnog okusa. Zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima u HoReCa kanalu, Cedevita menta&limun je zaslužila pakiranje od 200 grama te boci za on-the-go segment. Najnovija prinova u Cedevita obitelji je Cedevita sladoled, lansirana na hrvatskom tržištu, a nastao u suradnji s Ledom. Savršen izbor za osvježanje s okusom Cedevite od naranče obogaćeno s 9 vitamina izuzetno je dobro prihvaćeno, što pokazuje podatak o tome da je prodaja u dva mjeseca nakon lansiranja iznosila 130% planirane.

U okviru strateškog poslovnog područja **Kava**, brend Grand kafa izradio je novu recepturu dvostruko pržene kave za tržište Crne Gore pod imenom Dark Gold, dok su na tržištu Srbije lansirani novi okusi instant kave.

U strateškom poslovnom području **Delikatesnih namaza** lansirani su novi okusi Argeta pašteta, dok su postojeći uvedeni na veći broj tržišta. Montana sendviči su dobili pojačanje u vidu palačinki sa slatkim punjenjem te novih trokut sendviča.

U okviru strateškog poslovnog područja **Slatko i slano** lansirani su brojni novi proizvodi, a posebna pažnja je posvećena brendu Integrino kojem je redizajnom osvježen vizualni identitet te je brend proširen s dva nova proizvoda. Chipsos je obogaćen „pomfrit“ verzijom s kečapom, a Smoki Mega Hrsker flipsom.

U okviru strateškog poslovnog područja **Sportska i aktivna prehrana**, brend Multipower predstavio je proteinsku pločicu Multipower 53% dok su proizvodi pod brendom Champ i Multipower endurance u potpunosti redizajnirani.

5. Pregled informacijskih tehnologija

Nastavno na osnivanje distributivnih kompanija u Njemačkoj i Austriji, početkom godine implementirano je SAP ERP* rješenje, koje pokriva sve osnovne procese (računovodstvo i financije, prodaja, nabava), integraciju rješenja s logističkim partnerima te automatsku razmjenu elektroničkih podataka s kupcima. Istovremeno su implementirana SAP ERP rješenja u kompanijama Atlantic Trade Zagreb, Atlantic Grupa i Bionatura Bidon Vode čime je u Hrvatskoj SAP rješenjem pokriveno poslovanje gotovo svih kompanija, osim segmenta Farmacije koji zbog specifičnosti poslovnih procesa ostaje na postojećim rješenjima. Ovime se nastavlja proces unaprjeđenja i konsolidacije poslovnih rješenja u cijeloj Atlantic Grupi, čime se postiže standardizacija korporativnih procesa te ujednačavanje tehničke platforme što dovodi do optimizacije troškova i mogućnosti ostvarenja sinergijskih efekata u segmentu dijeljenih servisa i znanja unutar kompanije.

U segmentu IT operacija početkom drugog kvartala 2016. godine pušteno je u produkciju softversko rješenje za upravljanje investicijama, razvijenom na platformi IBM Maximo koje automatizira poslovne procese vezane uz investicije. Rješenje će značajno ubrzati i pojednostaviti procese, izvještavanje i nadzor svih investicija.

Početkom lipnja Hrvatska je ušla u jedinstveno područje platnog prometa u eurima po tzv. SEPA regulativi (Single Euro Payment Area). Za neometano odvijanje platnog prometa bilo je potrebno doraditi sve sustave kroz koje se odvijaju plaćanja unutar 34 države (ERP sustavi i sustavi za bankovna plaćanja). Prilagodbe su izvršene u potpunosti i na vrijeme da se zadovolje rokovi zadani od strane regulatora.

6. Izglasana isplata dividende

Prema odluci Glavne skupštine održane 16. lipnja 2016. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 45 milijuna kuna koja je realizirana u srpnju 2016. godine.

* ERP: Enterprise Resource Planning sustav

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE u prvome polugodištu 2016. godine

Profil prihoda od prodaje po Strateškim poslovnim područjima te Strateškim distribucijskim područjima

(u milijunima kuna)	H1 2016	H1 2015	H1 2016/H1 2015
SPP Kava	499,6	489,0	2,2%
SPP Pića	323,0	314,0	2,9%
SPP Slatko i slano	302,5	294,0	2,9%
SPP Zdravlje i njega	262,8	250,2	5,0%
SPP Sportska i aktivna prehrana	257,4	407,4	(36,8%)
SPP Delikatesni namazi	253,1	218,2	16,0%
SDP Srbija	515,2	539,3	(4,5%)
SDP Hrvatska	446,0	434,0	2,7%
DP Slovenija	351,8	338,7	3,9%
SDP Zona Zapad	274,0	268,8	1,9%
Ostali segmenti*	370,3	378,5	(2,2%)
Usklada**	(1.399,0)	(1.391,9)	n/p
Prihod od prodaje	2.456,6	2.540,1	(3,3%)

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2016. godine **ostvarila 2,5 milijarde kuna prihoda od prodaje** što predstavlja pad od 3,3% u odnosu na isto razdoblje lani. Navedeni pad najviše je posljedica pada prodaje u strateškom poslovnom području Sportska i aktivna prehrana, u najvećoj mjeri uzrokovanog prekidom suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke. Ukoliko se izuzme efekt prihoda od prodaje navedenog kupca, prihodi od prodaje rasli su 1,2%, a ukoliko se izuzmu utjecaji prosječne deprecijacije ruske rublje od 23,4% i prosječne deprecijacije srpskog dinara od 2,5% u odnosu na isto razdoblje lani, prihodi od prodaje su rasli 5,2%.

Pozitivan efekt na prodajne rezultate došao je od većine ostalih poslovnih i distribucijskih područja, pri čemu su najveći utjecaj imala strateška poslovna područja Delikatesni namazi, Zdravlje i njega i Kava te strateška distribucijska područja Slovenija, HoReCa i Hrvatska.

Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja i Poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja, bilo kroz Strateška distribucijska područja, Strateške distribucijske regije i Distribucijska područja) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja, Strateški distribucijskih regija i Distribucijskih područja obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2016. godinu.

* Ostali Segmenti uključuju SDP HoReCa, SDR Baltik i ZND, PP Dječja hrana, DP Makedonija, PP Gourmet 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 izvještavnih operativnih segmenata.

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

- **Strateško poslovno područje Kava** bilježi rast prihoda od prodaje na tržištima Hrvatske, Makedonije, Slovenije te Bosne i Hercegovine čime je značajno nadmašen pad prihoda na tržištu Srbije. Pad na tržištu Srbije je uzrokovan volumnim i vrijednosnim padom ukupne tržišne kategorije turske kave (volumni pad od 3,3%, a vrijednosni pad od 4,5%*), uz zadržavanje vodeće pozicije na tržištu (vrijednosni udio od 52,4%).
- **Strateško poslovno područje Pića** ostvarilo je rast prihoda na krilima rasta prodaje vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita, pri čemu je najveći efekt ostvaren dvoznamenkastim rastom prodaje u HoReCa kanalu i on-the-go segmentu, kao i rastom prihoda od prodaje funkcionalnih voda pod brendom Donat Mg. Cedevita je i dalje apsolutni tržišni lider u kategoriji vitaminskih instant napitaka na svim regionalnim tržištima* (Hrvatska, Slovenija, BiH, Makedonija, Srbija). Rast gore navedenih kategorija značajno je premašio pad prodaje u kategorijama bezalkoholnih gaziranih pića pod brendom Cockta te pad prihoda od vode na srpskom tržištu. Važno je napomenuti kako poslovni rezultat strateškog poslovnog područja više ne uključuje poslovanje s čajevima, koje je prodano krajem 2015. godine.
- **Strateško poslovno područje Slatko i slano** rast prihoda zahvaljuje rastu prihoda od prodaje na svim važnim regionalnim tržištima, pri čemu rast prodaje bilježe i slani i slatki asortiman. Rastu najviše pridonose čokolade pod brendom Najlepše želje, flips pod brendom Smoki i slani štapići pod brendom Prima. Bitno je napomenuti da na tržištima Hrvatske, Slovenije i Crne Gore postignut dvoznamenkasti rast prihoda, koji je u Sloveniji ostvaren zahvaljujući rastu prihoda od prodaje flipsa pod brendom Smoki i čipsa pod brendom Chipsos, u Crnoj Gori rastom prihoda od prodaje čokolada i vafla, dok tržište Hrvatske ostvaruje rast prihoda od prodaje svih kategorija (keksi, flips i čips).
- Dvoznamenkasti rast prodaje **Strateškog poslovnog područja Delikatesni namazi** temeljen je na snažnom organskom rastu prodaje na tržištima regije (Hrvatska, Slovenija, Makedonija, Crna Gora, Srbija i Bosna i Hercegovina) i internacionalnim tržištima (ponajviše Švicarska i Njemačka). Mjereno tržišnim udjelima, Argeta delikatesni namazi imaju lidersku poziciju na tržištu Slovenije i Bosne i Hercegovine (vrijednosni udio 43,6% odnosno 52,9%*), dok su na tržištu Hrvatske i Srbije, uz rast tržišnog udjela u odnosu na isto razdoblje prošle godine, na drugom mjestu. Na bosanskohercegovačkom i makedonskom tržištu Argeta je prema Valiconovom istraživanju vodeća robna marka, pozicionirana ispred robnih marki multinacionalnih korporacija, a Argeta kokošja pašteta je tijekom prošle godine povećala vrijednosni tržišni udio u Austriji na 33,9% dodatno učvrstivši svoju poziciju tržišnog lidera u toj zemlji.**
- Osjetan pad prodaje **Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana** posljedica je prvenstveno raskida suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke te u manjoj mjeri pada prodaje vlastitih brendova Champ, Multaben i Multipower, do kojeg je došlo zbog prestanka prodaje proizvoda s niskom profitabilnošću, kao ciljanog rezultata restrukturiranja strateškog poslovnog područja.
- **Strateško poslovno područje Zdravlje i njega** bilježi rast prihoda od prodaje uslijed (i) rasta prihoda ljekarničkog lanca Farmacia nastavno na otvaranje tri nove specijalizirane prodavaonice i boljeg poslovanja postojećih lokacija, (ii) rasta prihoda od prodaje proizvoda iz Multivitinog

* AC Nielsen Retail Panel, period travanj 2016. godine – svibanj 2016. godine (postotne promjene na godišnjoj razini)

** AC Nielsen Austria Pate Retail Panel FY15

asortimana te (iii) rasta prodaje principalskih brendova. Ako se izuzme efekt otvaranja novih lokacija, ljekarnički lanac Farmacia bilježi rast prodaje od 4% u odnosu na isto razdoblje lani.

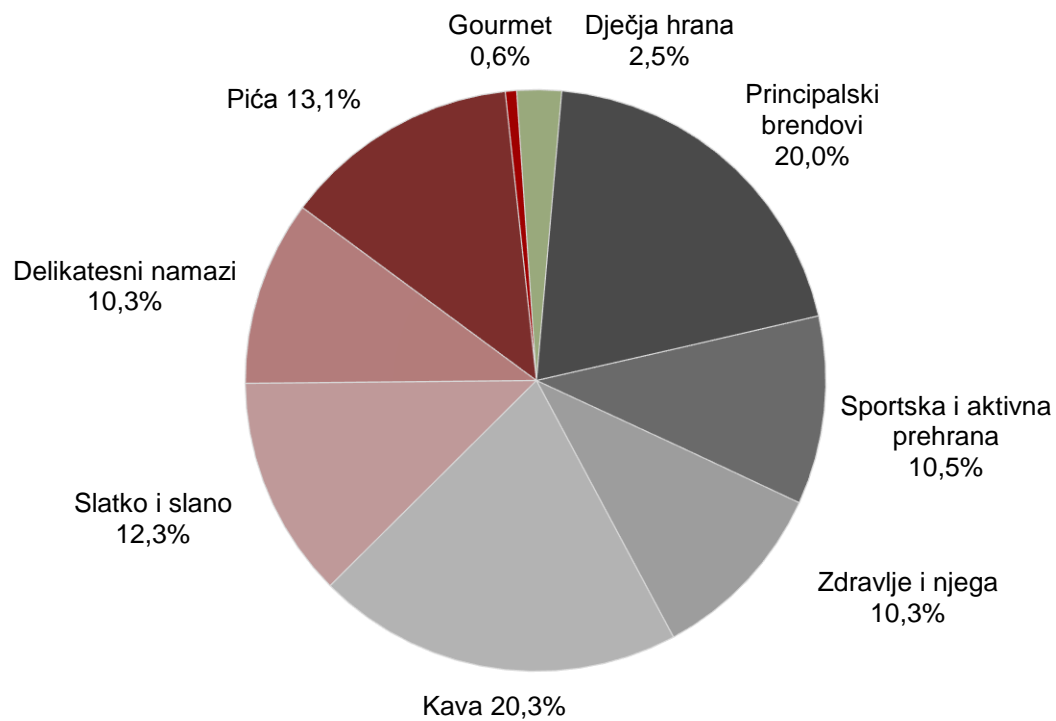
- **Strateško distribucijsko područje Hrvatska** ostvarilo je rast prodaje na krilima (i) prodaje od distribucije vlastitih brendova, prvenstveno Barcaffea, Argete te proizvoda iz Štarkovog asortimana, (ii) rasta prodaje principalskih brendova Unilever, Ferrero i Rauch te (iii) distribucije novih principala Philips, SABMiller i Naturavita čajevi.
- Pad prihoda **Strateškog distribucijskog područja Srbija** uzrokovan je prvenstveno padom prihoda od prodaje turske kave, prekidom suradnje s dva principala te negativnim utjecajem tečaja dinara. Pad prihoda djelomično je nadoknađen rastom prodaje Argete te proizvoda iz Štarkovog portfelja, kao i rastom prodaje principala Rauch. Ako eliminiramo nepovoljan utjecaj tečaja dinara, strateško distribucijsko područje Srbija ostvarilo je pad prihoda od 1,9%, a ako eliminiramo i diskontinuirane principale, prihodi strateškog distribucijskog područja Srbija pali su 0,6%.
- Strateško distributivno područje **Zona Zapad** bilježi rast prodaje ponajviše na tržištima Švicarske, Španjolske i Turske. Pritom se među segmentima rastom ističu delikatesni namazi pod brendom Argeta.
- Rast prodaje **Distribucijskog područja Slovenija** posljedica je rasta svih segmenata pri čemu prednjače vlastiti brendovi u kategoriji delikatesnih namaza pod brendom Argeta, flipsa pod brendom Smoki, čipsa pod brendom Chipsos, kave pod brendom Barcaffea te vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita. Odlične prodajne rezultate ostvaruju i principalski brendovi predvođeni Ferrerom.
- **Ostali segmenti** bilježe pad prihoda primarno uslijed pada prihoda od prodaje Poslovnog područja Dječja hrana, Strateške distribucijske regije Baltik i ZND te Poslovnog područja Gourmet, što je djelomično nadoknađeno dvoznamenkastim rastom prihoda od prodaje Strateškog distribucijskog područja HoReCa i Distribucijskog područja Makedonija.

Poslovna područja **Dječja hrana i Strateške distribucijske regije Baltik i ZND** zabilježila su pad prihoda kao posljedicu loše ekonomske situacije u Rusiji (visoka inflacija i slabljenje rublje). Negativan utjecaj tečaja rublje ublažen je zahvaljujući prilagodljivoj cjenovnoj politici.

Distribucijsko područje Makedonija bilježi rast prihoda od prodaje od 9,7%, primarno zahvaljujući rastu prodaje segmenta turske kave te delikatesnih namaza, kao i rasta prodaje eksternog principala Ferrera.

Strateško distribucijsko područje HoReCa bilježi značajan rast prodaje od čak 12,0%, pri čemu sva tržišta (Hrvatska, Srbija, Slovenija i Makedonija) bilježe rast, a prednjače slovensko i hrvatsko tržište. Promatrano po segmentima, najveći rast bilježi prodaja espresso kave pod brendom Barcaffea, prihodi od distribucije eksternih principala i prodaja vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita.

Pregled prihoda od prodaje po segmentima



Pregled prihoda od prodaje po tržištima

(u milijunima kuna)	H1 2016	% prihoda od prodaje	H1 2015	% prihoda od prodaje	H1 2016/ H1 2015
Hrvatska	688,1	28,0%	661,7	26,0%	4,0%
Srbija	554,2	22,6%	578,4	22,8%	(4,2%)
Slovenija	401,6	16,3%	382,8	15,1%	4,9%
Bosna i Hercegovina	190,7	7,8%	184,3	7,3%	3,5%
Ostala tržišta regije*	163,3	6,6%	145,4	5,7%	12,3%
Ključna europska tržišta**	270,2	11,0%	313,0	12,3%	(13,7%)
Rusija i ZND	91,6	3,7%	102,1	4,0%	(10,3%)
Ostala tržišta	96,9	3,9%	172,3	6,8%	(43,8%)
Prihod od prodaje	2.456,6	100,0%	2.540,1	100,0%	(3,3%)

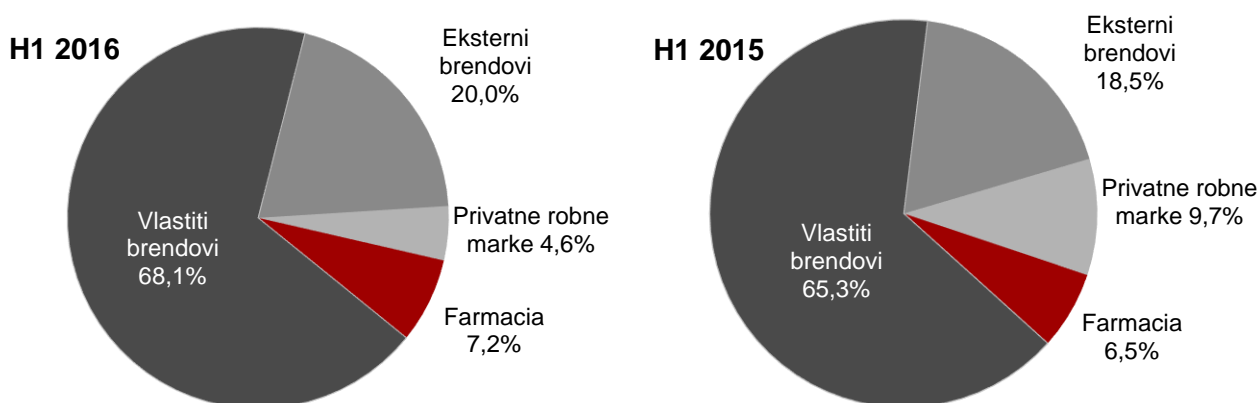
- **Tržište Hrvatske** zabilježilo je snažan rast prihoda od prodaje od 4,0% uslijed: (i) rasta prihoda od prodaje postojećih principala pri čemu se ističu Unilever, Ferrero i Rauch, (ii) rasta prihoda od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) rasta prihoda od prodaje vlastitih brendova, prvenstveno Barcaffè u kategoriji kave i Argeta u kategoriji delikatesnih namaza, potom brenda Cedevita u kategoriji vitaminskih instant napitaka u HoReCa i on-the-go segmentu te (iv) distribucije novih principala Philips, SABMiller i Naturavita čajevi. Kad se izuzme utjecaj početka distribucije novih te utjecaj diskontinuiranog principala, tržište Hrvatske bilježi 1,8% višu prodaju.
- **Tržište Srbije** je zabilježilo pad prihoda zbog: (i) pada prihoda od prodaje kave pod brendom Grand kafa (pad prodaje turske kave prvenstveno uzrokovan padom cijele kategorije, dok su rasli prihodi od prodaje instant turske kave Black'n'Easy te espresso kave), (ii) pada prihoda od prodaje proizvoda iz Gourmet portfelja (prestanak proizvodnje privatnih robnih marki zbog nezadovoljavajuće profitabilnosti te niži prihodi brendiranih proizvoda zbog restrukturiranja proizvodnog portfelja) te (iii) pada prihoda principalskih brendova, uslijed prekida suradnje s dva principala. Ako eliminiramo utjecaj tečaja dinara, tržište Srbije ostvarilo je pad prihoda od 1,8%, a ako eliminiramo i utjecaj diskontinuiranih principala te utjecaj tečaja dinara, prihodi s tržišta Srbije ostali su na prošlogodišnjoj razini.
- Rast prodaje od 4,9% na **tržištu Slovenije** generiran je rastom prodaje u svim kategorijama od čega se ističu: (i) principalski brendovi, među kojima prednjači Ferrero te (ii) vlastiti brendovi kao što su Argeta, Barcaffè i Cedevita.

* Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

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

- Najveći doprinos rastu prihoda od prodaje na **tržištu Bosne i Hercegovine** dolazi zbog rasta prodaje (i) brenda Grand Kafa u kategoriji turske kave te Black'n'Easy instant turske kave, (ii) delikatesnih namaza pod brendom Argeta te (iii) brenda Cedevita u kategoriji vitaminskih instant napitaka, posebno u HoReCa kanalu.
- **Ostala tržišta regije** ostvarila su dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje uslijed rasta prodaje na svim tržištima (Makedonija, Crne Gore i Kosovo). Prema kategorijama u sve tri zemlje najveći rast bilježe kava i delikatesni namazi, dok solidne rezultate ostvaruju i pića te proizvodi iz portfelja slano i slatko na tržištu Crne Gore.
- Do pada prodaje na **Ključnim europskim tržištima** dolazi uslijed pada prodaje proizvoda iz portfelja sportske i aktivne prehrane uzrokovanog, u velikoj mjeri, ranije spomenutim prekidom suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke, dok ostale kategorije bilježe rast, pri čemu prednjače delikatesni namazi pod brendom Argeta (zahvaljujući širenju distribucije i daljnjoj prilagodbi proizvoda lokalnim ukusima) te funkcionalne vode pod brendom Donat Mg.
- **Na tržištu Rusije i Zajednice Neovisnih Država** negativan utjecaj na prihode i dalje imaju slabljenje rublje i visoka inflacija, koji utječu na pad kupovne moći. Promatrano po segmentima, izvrsne rezultate ostvarila su funkcionalna pića pod brendom Donat Mg te proizvodi pod brendom Bakina Tajna, dok su najveći pad ostvarili dječje žitarice pod brendom Bebi te Multipower iz segmenta sportske i aktivne prehrane.
- **Ostala tržišta** bilježe pad prihoda uslijed pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane koji je prouzrokovan padom prihoda privatnih robnih marki, uslijed raskida suradnje s najvećim kupcem.

Profil prihoda od prodaje po proizvodnim kategorijama



- **Vlastiti brendovi** su u prvom polugodištu 2016. godine u odnosu na isti period 2015. godine ostvarili rast prihoda od 0,9% na 1,67 milijardi kuna. Rast primarno dolazi od: (i) brendova Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (ii) brendova Najlepše želje, Bananica, Smoki i Prima u segmentu slatko i slano, (iii) brendova Barcaffè i Grand Kafa u segmentu kave te (iv) funkcionalne vode pod brendom Donat Mg i vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita iz segmenta pića. S druge strane, pad prihoda su iskazali brendovi Champ, Multipower i Multaben iz segmenta sportske i aktivne prehrane te dječje žitarice pod brendom Bebi.
- S 492,5 milijuna kuna **principalski brendovi** bilježe 4,9% više prihode od prodaje na krilima rasta prodaje postojećih principala, primarno Ferrera, Raucha, Unilevera kao i početka distribucije novih principala poput Philipsa te SABMitera na tržištu Hrvatske.
- S ostvarenih 113,0 milijuna kuna prihoda od prodaje **privatne robne marke** bilježe pad od 54,2% u odnosu na prvo polugodište 2015. godine uslijed pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane.
- Ljekarnički lanac **Farmacia** ostvario je 177,7 milijuna kuna prihoda što predstavlja rast od 7,2% u odnosu na isto razdoblje 2015. godine zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija (primarno bezreceptne prodaje) te novootvorenih specijaliziranih prodavaonica. U prvom polugodištu 2016. godine otvorene su tri nove specijalizirane prodavonice te na 30. lipnja 2016. godine ljekarnički lanac Farmacia u svom sastavu ima 48 ljekarni i 32 specijalizirane prodavaonice.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI u prvome polugodištu 2016. godine

(u milijunima kuna)	H1 2016	H1 2015	H1 2016/H1 2015
Prihod od prodaje	2.456,6	2.540,1	(3,3%)
EBITDA	259,8	280,4	(7,4%)
EBIT	192,2	207,9	(7,5%)
Neto dobit/(gubitak)	133,7	143,9	(7,1%)
<i>Profitne marže</i>			
EBITDA marža	10,6%	11,0%	-47 bp
EBIT marža	7,8%	8,2%	-36 bp
Neto profitna marža	5,4%	5,7%	-22 bp

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu ostvarila **EBITDA** u iznosu od 259,8 milijuna kuna, što predstavlja pad od 7,4% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Kao što smo ranije naveli, na pad EBITDA najveći utjecaj imala su ciljana ulaganja u internacionalizaciju poslovanja (viši troškovi zaposlenih i distribucije) i viši troškovi marketinga (prvenstveno u segmentima kave i pića), prestanak suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke u Sportskoj i aktivnoj prehrani te tečajni pritisci na poslovanje u Rusiji i ZND-u, što je djelomično nadoknađeno padom troškova proizvodnih materijala (prvenstveno zahvaljujući nižim cijenama sirove kave) i energije.

Sukladno smanjenju EBITDA te 6,9% nižoj amortizaciji i ostvareni EBIT manji je za 7,5%. Unatoč značajnom smanjenju troška kamata od 21,1%, neto dobit prije manjinskih interesa zabilježila je pad od 7,1%. Negativan utjecaj na neto dobit imale su i niže pozitivne tečajne razlike te više porezno opterećenje do kojeg je došlo zbog početka plaćanja poreza na dobit u Bosni i Hercegovini kojega smo do ove godine bili oslobođeni.

Struktura operativnih troškova

(u milijunima kuna)	H1 2016	% prihoda od prodaje	H1 2015	% prihoda od prodaje	H1 2016/ H1 2015
Nabavna vrijednost prodane robe	603,9	24,6%	691,3	27,2%	(12,6%)
Promjene vrijednosti zaliha	(22,1)	(0,9%)	(44,6)	(1,8%)	n/p
Proizvodni materijal	796,7	32,4%	860,3	33,9%	(7,4%)
Energija	28,5	1,2%	31,6	1,2%	(9,5%)
Usluge	198,5	8,1%	180,3	7,1%	10,1%
Troškovi osoblja	377,9	15,4%	360,8	14,2%	4,7%
Troškovi marketinga i prodaje	169,2	6,9%	147,8	5,8%	14,5%
Ostali operativni troškovi	82,7	3,4%	85,5	3,4%	(3,3%)
Ostali dobici/(gubici) - neto	(8,3)	(0,3%)	(39,5)	(1,6%)	n/p
Amortizacija	67,5	2,7%	72,6	2,9%	(6,9%)
Ukupni operativni troškovi	2.294,7	93,4%	2.346,1	92,4%	(2,2%)

- Unatoč rastu prodaje principalskih brendova i njihovog udjela u ukupnoj prodaji, troškovi nabavne vrijednosti prodane robe pali su zbog promjena u prodajnom miksu, prvenstveno zbog prekida suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke, koja se proizvodila kod ugovornog partnera.
- Troškovi proizvodnog materijala zabilježili su pad od 7,4%, najviše zahvaljujući nižim cijenama sirove kave. Dodatan pozitivan utjecaj ima restrukturiranje proizvodnje poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana.
- Troškovi usluga bilježe rast uslijed viših troškova distribucije (transport, logistika i skladišta) nastavno na pokretanje distribucijskog poslovanja u Austriji i Njemačkoj te viših troškova IT usluga kao posljedica implementacije SAP sustava.
- Troškovi osoblja porasli su zbog većeg broja zaposlenih kao rezultat zapošljavanja uslijed otvaranja distribucijskih kompanija u Austriji i Njemačkoj, a unatoč smanjenju broja zaposlenih koje je rezultat restrukturiranja strateškog poslovnog područja Sportske i aktivne prehrane. Na 30. lipnja 2016. godine Atlantic Grupa ima 5.476 zaposlena, što je 75 više zaposlenih u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Od toga se 17 zaposlenih odnosi na kompaniju u Austriji, 33 na kompaniju u Njemačkoj, dok su 11 zaposlenih u drugim dijelovima Atlantic Grupe u funkciji podrške poslovanja novoosnovanim kompanijama u Austriji i Njemačkoj.
- Marketinški troškovi bilježe rast uslijed povećanih ulaganja u segmentima kave i pića uslijed različite dinamike marketinških aktivnosti u odnosu na prethodnu godinu, koja su djelomično umanjena nižim troškovima marketinga u području sportske i aktivne prehrane.
- Ostali (dobici)/gubici – neto: Dobit je primarno ostvarena po osnovu financijskih (forward) ugovora u segmentu kave.

Operativni rezultat po segmentima poslovanja

(u milijunima kuna)	H1 2016	H1 2015	H1 2016/H1 2015
SPP Pića	98,1	85,3	15,0%
SPP Kava	91,8	102,5	(10,4%)
SPP Slatko i slano	60,5	51,3	18,1%
SPP Delikatesni namazi	64,1	54,0	18,6%
SPP Zdravlje i njega	21,6	19,7	9,8%
SPP Sportska i aktivna prehrana	(11,4)	(7,0)	(63,1%)
DP Slovenija	16,9	15,1	12,0%
SDP Hrvatska	4,8	4,0	19,6%
SDP Srbija	5,2	10,9	(52,0%)
SDP Zona Zapad	(11,5)	7,8	(246,1%)
Ostali segmenti*	(80,4)	(63,1)	(27,4%)
Grupna EBITDA**	259,8	280,4	(7,4%)

Strateška poslovna područja: Strateška poslovna područja Pića, Delikatesni namazi, Zdravlje i njega, te Slatko i slano bilježe rast profitabilnosti uslijed rasta prihoda od prodaje. Unatoč uštedama zbog pada cijena sirove kave, pad profitabilnosti SPP Kava uzrokovan je rastom troškova marketinga uslijed različite dinamike marketinških aktivnosti u odnosu na prethodnu godinu. Pad profitabilnosti u SPP Sportska i aktivna prehrana uzrokovan je raskidom suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke, a djelomično je kompenziran uštedama u troškovima proizvodnog materijala i marketinga.

Strateška distribucijska područja i Distribucijska područja: Do rasta profitabilnosti DP Slovenija dolazi nastavno na poboljšanje bruto marže zbog nove komercijalne politike i nižih rabata. SDP Hrvatska bilježi rast profitabilnosti zahvaljujući rastu prihoda od prodaje. Pad profitabilnosti SDP Srbija posljedica je nižih prihoda od prodaje te negativnog utjecaja tečaja dinara. Do pada profitabilnosti SDP Zona Zapad dolazi uslijed viših troškova zaposlenih i usluga, nastavno na ulaganje u vlastitu distributivnu mrežu.

Ostali segmenti: Unatoč rastu prodaje, profitabilnost SDP HoReCa ostala je na prošlogodišnjoj razini zbog povećanih ulaganja u razvoj organizacije. Pad profitabilnosti PP Dječja hrana i SDR Baltik i ZND uzrokovan je prvenstveno deprecijacijom ruske rublje i rastom troškova proizvodnih materijala. DP Makedonija bilježi rast profitabilnosti zahvaljujući rastu prihoda te kontroli troškova zaposlenih. PP Gourmet unatoč rastu bruto marže ostvarilo je nižu profitabilnost uslijed smanjenja prihoda. Službe podrške bilježe rast troškova uslijed povećanja broja zaposlenih i implementacije SAP poslovnih rješenja.

* Ostali Segmenti uključuju SDP HoReCa, SDR Baltik i ZND, PP Dječja hrana, DP Makedonija, PP Gourmet te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja te su isključeni iz izvještanih operativnih segmenata.

** Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2016. godinu.

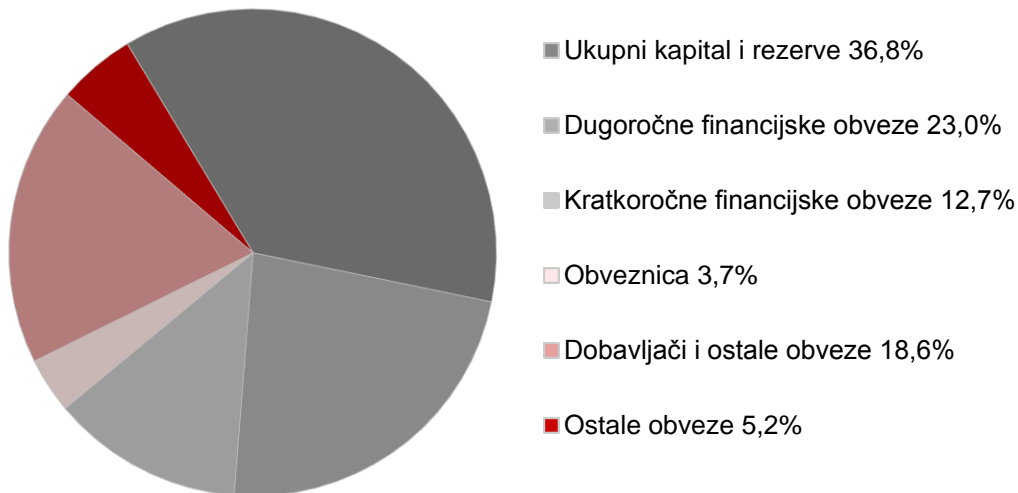
FINANCIJSKI POKAZATELJI u prvome polugodištu 2016. godine

(u milijunima kuna)	H1 2016	2015
Neto dug	1.775,3	1.678,1
Ukupna imovina	5.366,5	5.294,6
Ukupno kapital i rezerve	1.977,0	1.945,3
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,4	1,3
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	47,3%	46,3%
Neto dug/EBITDA	3,2	3,0
	H1 2016	H1 2015
Pokriće troška kamata	6,0	5,1
Kapitalna ulaganja	48,0	32,8
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	-115,2	155,9

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvome polugodištu 2016. godine potrebno je istaknuti sljedeće:

- Unatoč otplati dugoročnih zajmova u iznosu od 74,4 milijuna kuna u prvom polugodištu 2016. godine, neto dug je uslijed pada novčanog toka iz poslovnih aktivnosti narastao za 5,8%. Sukladno tome odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug je porastao za 100 baznih bodova, dok je pokriće troška kamata s EBITDA naraslo s 5,1 na 6,0 zahvaljujući smanjenju dugoročnih zajmova.
- Do pada novčanog toka iz poslovnih aktivnosti došlo je ponajviše zbog negativnih promjena u radnom kapitalu primarno uslijed otežane naplate potraživanja, izazvane operativnim problemima povezanih s implementacijom SAP rješenja u Njemačkoj i Austriji, a koji su tijekom lipnja riješeni. Poteškoće vezane uz implementaciju SAP rješenja uzrokovale su i usporavanje plaćanja dobavljačima krajem 2015. godine, a povećana dinamika otplate navedenih obveza dodatno je negativno utjecala na novčani tok iz poslovnih aktivnosti u prvom polugodištu 2016. godine.

Struktura pasive bilance Atlantic Grupe na dan 30. lipnja 2016. godine je sljedeća:



Pregled ključnih stavki u konsolidiranom izvještaju o novčanom toku

Kapitalna ulaganja u prvih šest mjeseci 2016. godine prvenstveno se odnose na ulaganja u proizvodnu opremu svih poslovnih područja u cilju povećanja efikasnosti proizvodnih procesa te u razvoj IT infrastrukture, poslovnih sistema i aplikacija.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP Pića: kupnja modernih rashladnih vitrina;
- SPP Kava: nabava espresso aparata, te HoReCa C2GO aparata;
- SPP Slano i slatko: automatizacija transporta šećera, dogradnja i rekonstrukcija poslovne zgrade;
- SPP Gourmet: ulaganje u opremu za pečenje paprika i povećanje efikasnosti proizvodnje;
- SPP Sportska i aktivna prehrana: ulaganje u povećanje efikasnosti proizvodnje i manipulacije sirovinama;
- IT: implementacija SAP sustava.

OČEKIVANJA za 2016. godinu

Očekivanja menadžmenta za 2016. godinu su zadržana od najave 22. veljače 2016. godine kako slijedi:

(u milijunima kuna)	2016. plan	2015	2016./2015.
Prodaja	5.400	5.405	(0,1%)
EBITDA	475	567	(16,3%)
EBIT	310	404	(23,3%)
Trošak kamata	100	106	(5,4%)

U 2016. godini očekujemo kapitalne investicije u iznosu od oko 150 milijuna kuna.

Očekivana efektivna porezna stopa u 2016. godini bi se trebala kretati na razini statutorne porezne stope za Hrvatsku.

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2016. (NEREVIDIRANO)**

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2016	Sij.-Lip. 2015	Indeks	Tra.-Lip. 2016	Tra.-Lip. 2015	Indeks
Ukupan prihod	2.486.886	2.553.994	97,4	1.324.460	1.385.731	95,6
Prihod od prodaje	2.456.581	2.540.070	96,7	1.301.339	1.382.325	94,1
Ostali prihodi	30.305	13.924	217,6	23.121	3.406	678,8
Poslovni rashodi	(2.227.134)	(2.273.559)	98,0	(1.168.609)	(1.214.760)	96,2
Nabavna vrijednost prodane robe	(603.924)	(691.334)	87,4	(300.926)	(369.822)	81,4
Promjena vrijednosti zaliha	22.118	44.602	49,6	19.332	25.843	74,8
Proizvodni materijal i energija	(825.274)	(891.870)	92,5	(446.695)	(488.981)	91,4
Usluge	(198.510)	(180.276)	110,1	(107.102)	(95.100)	112,6
Troškovi osoblja	(377.939)	(360.841)	104,7	(194.447)	(179.105)	108,6
Troškovi marketinga i prodaje	(169.217)	(147.833)	114,5	(97.452)	(88.416)	110,2
Ostali troškovi	(82.657)	(85.519)	96,7	(41.462)	(45.142)	91,8
Ostali gubici - neto	8.269	39.512	20,9	143	25.963	0,6
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	259.752	280.435	92,6	155.851	170.971	91,2
Amortizacija i umanjenje vrijednosti dugotrajne imovine	(67.521)	(72.558)	93,1	(33.455)	(36.651)	91,3
Dobit iz poslovanja	192.231	207.877	92,5	122.396	134.320	91,1
Rashodi od kamata	(43.283)	(54.889)	78,9	(19.841)	(26.404)	75,1
Tečajne razlike iz financiranja - neto	15.926	17.867	89,1	5.368	9.290	57,8
Dobit prije poreza	164.874	170.855	96,5	107.923	117.206	92,1
Porez na dobit	(31.167)	(26.982)	115,5	(19.416)	(17.805)	109,0
Neto dobit	133.707	143.873	92,9	88.507	99.401	89,0
Pripada:						
Manjinskim udjelima	214	(161)	n/p	314	(59)	n/p
Dioničarima Društva	133.493	144.034	92,7	88.193	99.460	88,7
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja						
- osnovna	40,04	43,20		26,45	29,83	
- razrijeđena	40,04	43,20		26,45	29,83	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2016	Sij.-Lip. 2015	Indeks	Tra.-Lip. 2016	Tra.-Lip. 2015	Indeks
Neto dobit	133.707	143.873	92,9	88.507	99.401	89,0
Zaštita novčanog toka	(4.092)	1.075	n/p	6.129	(17.874)	n/p
Tečajne razlike	(50.361)	(19.907)	253,0	(9.251)	(7.430)	124,5
Ukupno sveobuhvatna dobit	79.254	125.041	63,4	85.385	74.097	115,2
Pripada:						
Manjinskim udjelima	175	(190)	n/p	311	(82)	n/p
Dioničarima Društva	<u>79.079</u>	<u>125.231</u>	<u>63,1</u>	<u>85.074</u>	<u>74.179</u>	<u>114,7</u>
Ukupno sveobuhvatna dobit	79.254	125.041	63,4	85.385	74.097	115,2

KONSOLIDIRANA BILANCA

u tisućama kuna, nerevidirano	30. lipnja 2016.	31. prosinca 2015.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.046.239	1.083.566
Ulaganje u nekretnine	1.706	1.748
Nematerijalna imovina	1.769.389	1.797.791
Odgođena porezna imovina	36.457	37.066
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	1.003	959
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	83.375	83.695
	2.938.169	3.004.825
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	707.801	603.491
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.300.042	1.192.314
Potraživanja za porez na dobit	21.553	16.018
Derivativni financijski instrumenti	3.282	12.728
Dani depoziti	481	305
Novac i novčani ekvivalenti	338.753	365.692
	2.371.912	2.190.548
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	56.459	99.196
Ukupno kratkotrajna imovina	2.428.371	2.289.744
UKUPNO IMOVINA	5.366.540	5.294.569
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisane dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.490	881.515
Vlastite dionice	(89)	(198)
Pričuve	(99.599)	(26.264)
Zadržana dobit	1.059.078	954.325
	1.974.252	1.942.750
Manjinski interesi	2.733	2.558
Ukupno kapital	1.976.985	1.945.308
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	1.434.409	1.309.180
Odgođena porezna obveza	171.755	176.677
Derivativni financijski instrumenti	146	472
Ostale dugoročne obveze	6.844	3.460
Rezerviranja	51.262	54.475
	1.664.416	1.544.264
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	996.175	988.554
Obveze po primljenim kreditima	682.470	742.032
Derivativni financijski instrumenti	822	5.091
Tekuća obveza poreza na dobit	25.868	17.034
Rezerviranja	19.804	52.286
	1.725.139	1.804.997
Ukupne obveze	3.389.555	3.349.261
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.366.540	5.294.569

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Od dioničara Društva			Ukupno	Manjinski udjeli	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit			
Stanje 1. siječnja 2015	1.015.870	(19.635)	756.497	1.752.732	2.332	1.755.064
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	144.034	144.034	(161)	143.873
Zaštita novčanog toka	-	1.075	-	1.075	-	1.075
Ostala sveobuhvatna dobit	-	(19.878)	-	(19.878)	(29)	(19.907)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(18.803)	144.034	125.231	(190)	125.041
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(3.875)	-	-	(3.875)	-	(3.875)
Isplata s temelja dionica	2.730	-	-	2.730	-	2.730
Transfer	-	772	(772)	-	-	-
Dividenda za 2014. godinu	-	-	(40.009)	(40.009)	-	(40.009)
Stanje 30. lipnja 2015	1.014.725	(37.666)	859.750	1.836.809	2.142	1.838.951
Stanje 1. siječnja 2016	1.014.689	(26.264)	954.325	1.942.750	2.558	1.945.308
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	133.493	133.493	214	133.707
Zaštita novčanog toka	-	(4.092)	-	(4.092)	-	(4.092)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(50.322)	-	(50.322)	(39)	(50.361)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(54.414)	133.493	79.079	175	79.254
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(1.076)	-	-	(1.076)	-	(1.076)
Isplata s temelja dionica	1.160	-	-	1.160	-	1.160
Transfer	-	(18.921)	18.921	-	-	-
Dividenda za 2015. godinu	-	-	(47.661)	(47.661)	-	(47.661)
Stanje 30. lipnja 2016	1.014.773	(99.599)	1.059.078	1.974.252	2.733	1.976.985

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. – Lip. 2016.	Sij. – Lip. 2015.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	133.707	143.873
Porez na dobit	31.167	26.982
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	67.521	72.558
Gubitak / (dobit) od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	817	(615)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	8.096	19.106
Tečajne razlike - neto	(25.703)	12.485
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(35.695)	(14.467)
Dobici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(4.864)	(32.158)
Isplate s temelja dionica	1.160	2.730
Prihodi od kamata	(1.778)	(2.652)
Rashodi od kamata	43.283	54.888
Ostale nenovčane promjene, neto	(110)	(1.450)
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(109.964)	(130.742)
Povećanje kratkoročnih potraživanja	(115.124)	(48.577)
(Smanjenje) / povećanje kratkoročnih obveza	(31.711)	131.450
Novac generiran poslovanjem	(39.198)	233.411
Plaćene kamate	(46.614)	(52.966)
Plaćeni porez	(29.410)	(24.524)
	(115.222)	155.921
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(47.956)	(32.830)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji	43.677	1.223
Stjecanje ovisnih društava - neto od primljenog novca	-	(5.030)
Dani depoziti i krediti	(2.810)	(2.051)
Otplate danih kredita i depozita	1.544	5.126
Primljene kamate	1.308	2.652
	(4.237)	(30.910)
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(1.076)	(3.877)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	151.740	39.310
Otplata primljenih kredita	(227.493)	(232.474)
Izdavanje obveznica	200.000	-
Otkup obveznica	(28.002)	-
Plaćeni porez po odbitku na povučenu dobit unutar Grupe	(2.649)	-
	92.520	(197.041)
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	(26.939)	(72.030)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	365.692	417.588
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	338.753	345.558

BILJEŠKA 1 - OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) osnovano je u Republici Hrvatskoj. Osnovne aktivnosti Društva i njegovih ovisnih društava (Grupa) opisane su u Bilješci 3.

Sažete konsolidirane izvještaje za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2016. odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 27. srpnja 2016. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2016. sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji ne uključuju sve podatke i objave koji su obavezni za godišnje konsolidirane financijske izvještaje te ih se treba čitati zajedno s konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe na dan 31. prosinca 2015. godine.

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Atlantic Grupe na dan 31. prosinca 2015. godine.

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz šest strateških poslovnih područja kojima je pridruženo poslovno područje dječje hrane i poslovno područje Gourmet. Poslovi distribucije organizirani su kroz dvije glavne zone – Zonu Istok i Zonu Zapad.



OPERATIVNO POSLOVANJE

POSLOVNA PODRUČJA	DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA	
SPP KAVA	ZONA ISTOK	ZONA ZAPAD
SPP SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA	SDP HRVATSKA	SDR DACH&BENELUKS
SPP PIĆA	SDP SRBIJA	DR MEDITERAN I AFRIKA
SPP SLATKO I SLANO	DP SLOVENIJA	DR SJEVEROZAPADNA EUROPA I AUSTRALIJA
SPP ZDRAVLJE I NJEGA	DP MAKEDONIJA	
SPP DELIKATESNI NAMAZI	SDR HORECA	
PP GOURMET	SDR BALTIK&ZND	
PP DJEČJA HRANA	PDR Kosovo, Bugarska, Rumunjska	PDR SREDIŠNJA EUROPA I PREKOMORSKE ZEMLJE

SPP – Strateško poslovno područje
 PP – Poslovno područje
 SDP – Strateško distribucijsko područje
 DP – Distribucijsko područje
 SDR – Strateška distribucijska regija
 DR – Distribucijska regija
 PDR – Partnerska distribucijska regija
 DACH – Njemačka, Austrija, Švicarska

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

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

Zbog činjenice da SDP HoReCa, SDP ZND, PP Dječja hrana, PP Gourmet te SDP Makedonija 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.

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 i DP-ove). Prodaja SDP-ova i DP-ova 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.

Prihod od prodaje¹	Sij. - Lip. 2016	Sij. - Lip. 2015
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Pića	323.041	314.009
SPP Kava	499.637	488.978
SPP Slatko i slano	302.472	294.019
SPP Delikatesni namazi	253.127	218.242
SPP Sportska i aktivna prehrana	257.364	407.353
SPP Zdravlje i njega	262.803	250.176
SDP Hrvatska	445.958	434.028
SDP Zona Zapad	273.971	268.760
SDP Srbija	515.180	539.271
DP Slovenija	351.782	338.692
Ostali segmenti	370.278	378.489
Usklada	(1.399.032)	(1.391.947)
Ukupno	2.456.581	2.540.070

¹ Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2016. godinu

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

Operativni rezultati segmenata ² <i>(u tisućama kuna)</i>	EBITDA	
	Sij. - Lip. 2016	Sij. - Lip. 2015
SPP Pića	98.126	85.326
SPP Kava	91.817	102.461
SPP Slatko i slano	60.537	51.279
SPP Delikatesni namazi	64.086	54.032
SPP Sportska i aktivna prehrana	(11.440)	(7.016)
SPP Zdravlje i njega	21.615	19.680
SDP Hrvatska	4.824	4.034
SDP Zona Zapad	(11.459)	7.842
SDP Srbija	5.227	10.892
DP Slovenija	16.858	15.055
Ostali segmenti	(80.439)	(63.150)
Ukupno	259.752	280.435

² Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2016. godinu

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

BILJEŠKA 4 – ZARADA PO DIONICI

Osnovna zarada po dionici

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

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	133.493	144.034
Prosječno ponderirani broj dionica	3.334.013	3.334.079
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	40,04	43,20

Razrijeđena zarada po dionici

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

BILJEŠKA 5 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2016. godine, Grupa je uložila 47.956 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2015.: 32.830 tisuća kuna). Također, u prvoj polovici 2016. godine Grupa je prodala dugotrajnu imovinu namijenjenu prodaji za iznos od 42.002 tisuće kuna.

BILJEŠKA 6 - ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2016. godine Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 5.647 tisuća kuna (2015.: 6.937 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

BILJEŠKA 7 – ISPLATA DIVIDENDE

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 16. lipnja 2016. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 45.012 tisuće kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju te je na dan 30. lipnja 2016. godine obveza za dividendu iskazana u bilanci unutar pozicije Obveze prema dobavljačima i ostale obveze.

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**BILJEŠKA 8 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA**

Grupa ostvaruje transakcije sa sljedećim povezanim strankama: dioničarima i ostalim društvima u vlasništvu ili pod kontrolom dioničara. Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 30. lipnja 2016. godine i 31. prosinca 2015. godine i stavke računa dobiti i gubitka za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>30. lipnja 2016</u>	<u>31. prosinca 2015</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	116.758	92.057
OBVEZE		
Primljeni krediti		
Dioničari	1.167.772	1.323.737
Obveze prema dobavljačima		
Dioničari	45.905	146
Ostale povezane stranke	4.616	5.645
PRIHODI	<u>Sij.-Lip. 2016</u>	<u>Sij.-Lip. 2015</u>
Prihodi od prodaje robe		
Ostale povezane stranke	231.150	223.851
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	304	361
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	5.750	6.948
Ostali troškovi		
Ostale povezane stranke	1.070	1.326
Neto rashodi od financiranja		
Dioničari	21.502	31.296



Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 28. srpnja 2016. godine

Na temelju članka 407. do 410. Zakona o tržištu kapitala (Narodne novine 88/08, 146/08 i 74/09) predsjednik Uprave Društva Atlantic Grupa d.d., Miramarska 23, Zagreb daje

IZJAVU POSLOVODSTVA O ODGOVORNOSTI

Konsolidirani i zasebni financijski izvještaji Atlantic Grupe d.d. sastavljeni su u skladu s Međunarodnim računovodstvenim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) te hrvatskim Zakonom o računovodstvu.

Konsolidirani financijski izvještaji za razdoblje od 01. siječnja 2016. godine do 30. lipnja 2016. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva.

Izvešće posloводства za godišnje razdoblje okončano 30. lipnja 2016. godine sadrži istinit i vjeran prikaz razvoja i rezultata poslovanja Društva uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Društvo izloženo.

Predsjednik Uprave:

Emil Tedeschi



Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
10 000 Zagreb
Hrvatska

Tel: +385 1 2413 145

E-mail: ir@atlanticgrupa.com