

ATLANTIC GRUPA

---

FINANCIJSKI REZULTATI  
U PRVOM KVARTALU 2017.  
GODINE  
(nerevidirano)

Zagreb, 27. travnja 2017.

KOMENTAR PREDSEDNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	7
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	14
FINANCIJSKI POKAZATELJI	15
OČEKIVANJA	17
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVEŠTAJI	18

Komentirajući finansijska ostvarenja i ključne poslovne događaje koji su obilježili prvi kvartal 2017. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

„Atlantic Grupa je u prvom kvartalu 2017. godine u većini poslovnih segmenata i na većini tržišta ostvarila odlične prodajne rezultate uz poboljšanje profitabilnosti i nastavak smanjenja zaduženosti. Ostvareni rezultati bili bi čak i bolji da u ožujku nije došlo do kontroliranog smanjenja obujma poslovanja s članicama koncerna Agrokor, pojedinačno najvećeg kupca Atlantic Grupe, s obzirom na njihove probleme s likvidnosti i nemogućnost podmirivanja obveza. Unatoč tome, a zahvaljujući dobrim prodajnim rezultatima drugih maloprodajnih partnera, navedeni smo manjak prihoda uspjeli u potpunosti nadoknaditi. Nedavno pokrenuto restrukturiranje koncerna Agrokor daje nadu da će se već u narednim mjesecima naše poslovanje s Agrokorom vratiti na razine prije krize čime bi se ostvarili preduvjeti za još bolje rezultate u narednim razdobljima.“

### REZULTATI U SKLADU S OČEKIVANJIMA UZ ZNAČAJAN RAST PROFITABILNOSTI

- PRIHODI OD PRODAJE U IZNOSU OD 1.121,2 MILIJUNA KUNA  
- 2,9% u odnosu na prvi kvartal 2016. godine
- DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA) OD 108,9 MILIJUNA KUNA  
+ 4,8% u odnosu na prvi kvartal 2016. godine
- DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA (EBIT) OD 70,3 MILIJUNA KUNA  
+ 0,6% u odnosu na prvi kvartal 2016. godine
- NETO DOBIT NAKON MANJINSKIH INTERESA OD 52,3 MILIJUNA KUNA  
+ 15,4% u odnosu na prvi kvartal 2016. godine

### FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG KVARTALA 2017. GODINE

Ključni pokazatelji	Q1 2017	Q1 2016	Q1 2017/ Q1 2016
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	1.121,2	1.155,2	(2,9%)
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	1.128,4	1.162,4	(2,9%)
EBITDA marža	9,7%	9,0%	+72 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	52,3	45,3	15,4%
Pokazatelj zaduženosti*	42,1%	46,9%	- 477 bb

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

### 1. VLASTITI BRENDOVI U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE

Slovenski su kupci Argetu Exclusive u kategoriji paštete proglasili Odabranim Proizvodom godine 2017. To je najveća svjetska nagrada za poboljšane, nove, inovativne proizvode i zadovoljstvo kupaca, koja se dodjeljuje u 38 kategorija. Čitateljice i čitatelji hrvatskog portala Žena.hr, glasajući u 27 kategorija, izabrali su Ajvar Bakine Tajne kao najbolji proizvod u kategoriji Zdrava hrana, a drugo mjesto je pripalo extra džemu Marelica Bakine Tajne.

U okviru Strateškog poslovnog područja Kava, proveden je rebranding i predstavljeno novo vizualno rješenje Grand Arome – „Prava ženska priča“. Kava pod brendom Barcaffè na tržištu Hrvatske je ostvarila najviši tržišni udio od lansiranja te je uz rast od volumni 4,3% i vrijednosni rast od 3,7% zabilježila tržišne udjele od 15,5% (volumno) i 16,1% (vrijednosno)\*.

Strateško poslovno područje Slatko i slano lansiralo je 6 potpuno novih receptura i preko 10 akcijskih proizvoda. Inovaciju predstavlja proširenje brenda Menaž novom Menaž glazurom koja se jednostavnim i brzim postupkom pripreme pretvara u čokoladni preljev za kolače i torte. U sklopu brenda Najlepše želje lansirane su nove čokolade i individualno pakirani vafla, a brend Nela vafla dobio je nove recepture i premium dizajn. U slanom programu uveden je novi okus HOT Smokijevog podbrenda Mega Hrskera.

Strateško poslovno područje Zdravlje i njega lansiralo je Kondroin H rapid kremu i Veneton Duo Active gel. Melemova obitelj dobila je tri nova člana: Melem obogaćen esencijalnim uljima lavande, kadulje i ružmarina, dok je Plidenta na tržište izbacila specijalnu pastu Plidenta Healthcare Fullwhite3 s kompletnim učinkom izbjeljivanja.

### 2. IZAZOVI U SURADNJI S KLJUČNIM KUPCEM

Krajem 2016. godine koncern Agrokor i regionalne maloprodajne kompanije u njegovom vlasništvu, koje su kumulativno najveći regionalni maloprodajni partner Atlantic Grupe, doživjeli su poteškoće u redovnom poslovanju, koje su pokušali ublažiti optimizacijom zaliha i usporavanjem plaćanja dobavljačima, što se očitovalo i u prodajnim rezultatima Atlantic Grupe u 2016. godini. Nažalost, situacija se pogoršala u prvim mjesecima 2017. godine te je kulminirala tijekom ožujka kada je Atlantic Grupa, u svrhu ograničavanja kreditnog rizika, kontrolirano smanjila isporuke članicama koncerna Agrokor. Značajno pogoršanje situacije i procijenjena systemska važnost navedenih kompanija za cjelokupno gospodarstvo Hrvatske i zemalja u regiji u kojima posluju, potakla je Vladu Republike Hrvatske da predloži Zakon o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima od systemskog značaja za Republiku Hrvatsku te početkom travnja imenuje izvanrednog povjerenika, koji je započeo s procesom sustavnog rješavanja krize te prvom fazom restrukturiranja Agrokor. Tijekom travnja se poslovanje gore navedenih kompanija postupno stabilizira.

### 3. PREGLED INFORMACIJSKIH TEHNOLOGIJA

Prvi kvartal 2017. godine protekao je u znaku u novog projekta upravljanja IT uslugama na razini Grupe te implementacije projekata modernizacije i konsolidacije infrastrukture i poslovnih sustava pokrenutih krajem 2016. godine. U području informacijskih sustava naglasak je bio na projektima digitalizacije poslovne administracije, uvođenja grupne platforme za izvještavanje te na konsolidaciji IT sustava na razini Grupe. U domeni IT infrastrukture fokus je stavljen na postizanje grupnih sinergija, standardizaciju procesa te na dizanje kvalitete usluge internim korisnicima. Pokrenuta je implementacija grupnog rješenja upravljanja IT uslugama

\* AC Nielsen Retail Panel, period prosinac 2016. godine – siječanj 2017. godine (postotne promjene na godišnjoj razini)

## **KLJUČNI DOGAĐAJI** U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE



koje će osigurati unaprjeđenje razine IT usluga internim korisnicima i omogućiti standardizirano strukturirano praćenje ključnih IT procesa.

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

(u milijunima kuna)	Q1 2017	Q1 2016	Q1 2017/ Q1 2016
SPP Kava	215,1	212,1	1,4%
SPP Pića	133,8	133,4	0,3%
SPP Slatko i slano	149,5	146,0	2,4%
SPP Delikatesni namazi	116,6	106,9	9,0%
SPP Zdravlje i njega	137,3	128,1	7,2%
SPP Sportska i aktivna prehrana	98,9	152,7	(35,2%)
SDP Srbija	233,2	227,7	2,4%
SDP Hrvatska	200,4	196,0	2,3%
DP Slovenija	158,3	174,3	(9,2%)
SDR Zona Zapad	120,4	134,9	(10,7%)
Ostali segmenti*	180,3	173,0	4,2%
Usklada**	(622,7)	(630,0)	n/p
Prihod od prodaje	1.121,2	1.155,2	(2,9%)

Atlantic Grupa je u prvom tromjesečju 2017. godine ostvarila 1,1 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja pad od 2,9% u odnosu na prethodnu godinu. Pad je u najvećoj mjeri prouzrokovan padom prodaje u Strateškom poslovnom području Sportska i aktivna prehrana, što je većim dijelom posljedica prošlogodišnjeg prekida suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke. Ukoliko se izuzme efekt prihoda od prodaje navedenog kupca, prihodi od prodaje su rasli za 1,5%. Dodatan negativan utjecaj na rezultat imala je prosječna deprecijacija srpskog dinara od 2,9%, dok je pozitivan utjecaj došao od prosječne aprecijacije ruske rublje od 23,0%. Ukoliko se izuzmu utjecaji promjena tečaja navedenih valuta, prihodi od prodaje rasli su za 1,2%.

Unatoč značajnom negativnom utjecaju pada prihoda ostvarenih preko najvećeg regionalnog maloprodajnog lanca, Atlantic Grupa je uspjela nadoknaditi sav izgubljeni promet višom prodajom preko ostalih kupaca te je ukupan prihod u prvom tromjesečju 2017. godine Srbiji, Hrvatskoj i Sloveniji jednak prihodu ostvarenom u istom lanjskom razdoblju.

Pozitivan utjecaj na prodajne rezultate imala su strateška poslovna područja Delikatesni namazi, Zdravlje i njega, Slatko i slano, Kava, Pića te Strateška distribucijska područja Srbija, Hrvatska i HoReCa.

*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 ili 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 SDR HoReCa, SDR ZND i Baltik, 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.*

# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA bilježi rast prihoda od prodaje ponajviše zahvaljujući prodajnim rezultatima na srpskom, bosanskohercegovačkom i hrvatskom tržištu. Mjereno prema kategorijama, rast bilježe turska kava i espresso. Rast na tržištu Srbije ostvaren je unatoč volumnom i vrijednosnom padu kategorije turske kave (-2,9%, odnosno -2,3%\*) te prosječnoj deprecijaciji srpskog dinara (-2,9% u odnosu isto razdoblje lani), uz istovremeno ostvarivanje vrijednosnog tržišnog udjela od 53,3%\*. Kao što smo već napomenuli, kava pod brendom Barcaffè na tržištu Hrvatske ostvarila najviši tržišni udio od lansiranja, odnosno od 15,5% (volumno) i 16,1% (vrijednosno)\*. Rast na navedenim tržištima je nadmašio pad na tržištima Makedonije (uzrokovano snažnim cjenovnim pritiskom konkurencije) i Slovenije (uzrokovano poteškoćama u suradnji s Mercatorom).



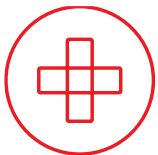
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA zabilježilo je blagi rast prihoda zahvaljujući rastu prihoda u Hrvatskoj i Rusiji, koji je premašio pad prihoda zabilježen na slovenskom i bosanskohercegovačkom tržištu te u Crnoj Gori. Osjetan pad prihoda od prodaje u Sloveniji posljedica je negativnog utjecaja otežane suradnje s najvećim kupcem Mercatorom, a odnosi se na sve proizvodne kategorije. Navedeni negativni utjecaj su djelomično ublažili odlični prodajni rezultati u HoReCa segmentu. Pozitivan rezultat hrvatsko tržište zahvaljuje rastu prihoda od prodaje vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevisa u sva tri prodajna kanala (maloprodaja, HoReCa i on-the-go kanal) te rastu prihoda od prodaje vode pod brendom Kala, dok je za rast prihoda u Rusiji odgovoran dvoznamenkasti rast prihoda funkcionalne vode Donat Mg.



Rastu prihoda STRATEŠKOG POSLOVNOG PODRUČJA SLATKO I SLANO pridonio je rast i slatkog i slanog asortimana na većini značajnih tržišta. Posebno veseli dvoznamenkasti rast na tržištu Hrvatske, ostvaren zahvaljujući značajnom rastu prodaje keksa i flipsa. Na tržištu Srbije brendovi ovog poslovnog područja su vodeći u svojim tržišnim kategorijama – Bananica u kategoriji individualno pakiranih vafli (volumni tržišni udio od 40,6%\*\*), Smoki u kategoriji Flipsa (volumni tržišni udio od 57,1%\*\*), Najlepše želje i Menaž u kategoriji čokolada (volumni tržišni udio od 26,2%\*\*\*) te Štark napolitanke u kategoriji vafli (volumni tržišni udio od 24,4%\*\*). Mjereno prema kategorijama, pad prihoda je zabilježio jedino čips pod brendom Chipsos.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI nastavlja ostvarivati rekordne rezultate, zahvaljujući kontinuiranom rastu prihoda na svim tržištima regije (pri čemu prednjače Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Makedonija i Crna Gora s dvoznamenkastim stopama rasta), ali i izvrsnim prodajnim rezultatima u Švedskoj i Nizozemskoj. Uz delikatesne namaze pod brendom Argeta, dvoznamenkasti rast su iskazali i sendviči pod brendom Montana.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA bilježi značajan rast prihoda od prodaje uslijed rasta prihoda ljekarničkog lanca Farmacija te rasta prihoda od prodaje proizvoda iz Nevinog i Multivitinog asortimana, pri čemu kod Neve izvanredan rast prihoda ostvaruju proizvodi pod brendom Melem, dok kod Multivite rastu prihodi od prodaje Vitamina C na ruskom tržištu.

\* AC Nielsen Retail Panel, period prosinac 2016. godine – siječanj 2017. godine (postotne promjene na godišnjoj razini)

\*\* AC Nielsen SKU Performance Monitor, period prosinac 2016. godine – siječanj 2017. godine





STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA pad prodaje zabilježilo je prvenstveno zbog raskinute suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke (prestanak suradnje dogodio se koncem ožujka 2016. godine), ali i lošijim prodajnim rezultatima vlastitih brendova Champ, Multaben i Multipower.

Rast prihoda STRATEŠKOG DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SRBIJA ostvaren je zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima gotovo svih segmenata, a posebno turske kave pod brendovima Grand i Bonito te espresso kave. Dobre prodajne rezultate ostvarili su i brendovi Cockta, Cedevita i Donat Mg iz segmenta pića, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, Smoki, Bananica, Prima štapići te keksi i napolitanke iz segmenta slatko i slano, kao i većina eksternih principala. Važno je naglasiti da su manju prodaju Mercatora Srbija u potpunosti nadoknadili viši prihodi ostalih ključnih kupaca i maloprodajnih mjesta.

Rast prodaje STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA ostvarilo je zahvaljujući rastu prodaje od distribucije vlastitih brendova, prvenstveno Argete, Cedevite, Barcaffea te proizvoda iz Štarkovog i Nevinog asortimana, kao i rastu prodaje principalskih brendova Ferrero, Philips, Rauch i SABMiller, a unatoč snažnom negativnom utjecaju otežane suradnje s članicama koncerna Agrokor.

Osjetan pad prodaje DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SLOVENIJA posljedica je negativnog utjecaja otežane suradnje s Mercatorom, u svjetlu krize koncerna Agrokor u Hrvatskoj. Navedeni pad prodaje dobrim je dijelom nadoknađen odličnim prodajnim rezultatima ostalih kupaca. Pad prihoda su iskazale sve kategorije proizvoda osim delikatesnih namaza pod brendom Argeta.

STRATEŠKA DISTRIBUTIVNA REGIJA ZONA ZAPAD pad prodaje bilježi pretežno na njemačkom tržištu, zatim na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva i Turske, kao posljedica nižih prihoda od prodaje proizvoda iz Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana. Navedeni pad djelomično je nadoknađen rastom prihoda na tržištima Švedske, Australije, Sjedinjenih Američkih Država i Austrije. Pritom se među segmentima rastom ističu principal Nocco, delikatesni namazi pod brendom Argeta te proizvodi iz portfelja Bakine Tajne.

OSTALI SEGMENTI rast prihoda su zabilježili primarno uslijed rasta prihoda od prodaje Distribucijskih regija HoReCa te ZND i Baltik. Distribucijsko područje Makedonija i Poslovno područje Dječja hrana zabilježila su rezultate na razini istog razdoblja prošle godine, dok je Poslovno područje Gourmet zabilježilo blagi pad prihoda.

Rast prihoda STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZND I BALTIK bilježi kao rezultat povoljnijih komercijalnih uvjeta i poboljšane distribucije, uz pozitivan utjecaj blagog ekonomskog oporavka u Rusiji i stabilizacije ruske rublje. Značajan rast su ostvarili prihodi od prodaje Donat Mg-a iz segmenta pića, dok su prihodi od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi na razini odgovarajućeg prošlogodišnjeg razdoblja.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA prihode na razini istog razdoblja prošle godine ostvarilo je temeljem rasta prihoda od prodaje Strateškog poslovnih područja Delikatesni namazi i eksternog principala Ferrero, čime su u potpunosti nadoknađeni lošiji prodajni rezultati Strateškog poslovnog područja Kava, koji su posljedica provedenog povećanja cijena uz istovremeno cjenovno agresivnu konkurenciju.

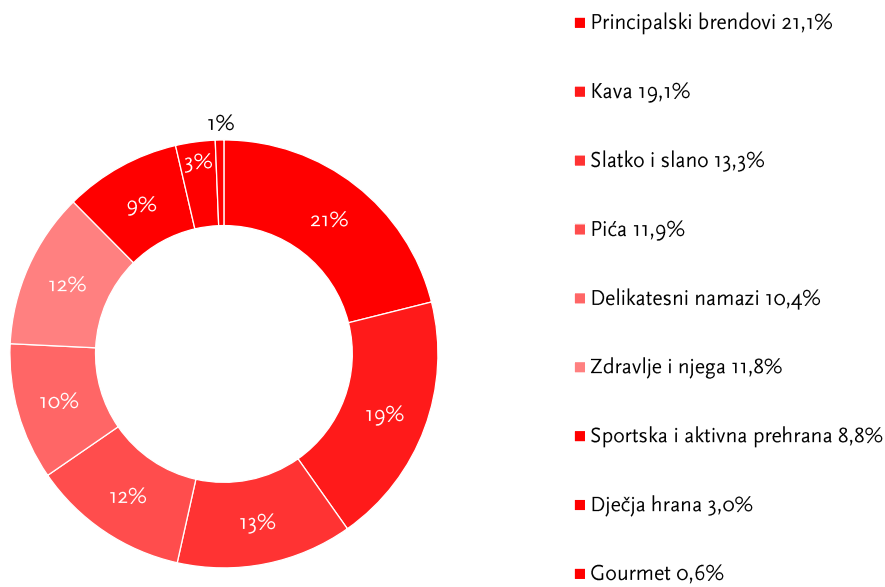
STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA HORECA ostvarila je solidan rast prihoda od prodaje, pri čemu rast bilježe sva tržišta (Hrvatska, Srbija, Slovenija i Makedonija). Najveći rast bilježi prodaja vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita, prodaja espresso kave pod brendom Barcaffea te eksterni principali.

Unatoč obećavajući prodajnim rezultatima početkom godine, POSLOVNO PODRUČJE GOURMET pad prihoda zabilježilo je zbog izazova u vidu otežane suradnje s regionalnim ključnim kupcem, koji je dijelom nadoknađen rastom prihoda od ostalih ključnih kupaca.

# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE



## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA



# DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE



## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	Q1 2017	% prihoda od prodaje	Q1 2016	% prihoda od prodaje	Q1 2017/ Q1 2016
Hrvatska	323,2	28,8%	307,4	26,6%	5,2%
Srbija	251,6	22,4%	245,5	21,3%	2,5%
Slovenija	181,8	16,2%	196,2	17,0%	(7,3%)
Bosna i Hercegovina	91,7	8,2%	86,6	7,5%	5,9%
Ostala tržišta regije*	64,7	5,8%	65,5	5,7%	(1,2%)
Ključna europska tržišta**	131,5	11,7%	137,4	11,9%	(4,3%)
Rusija i ZND	51,4	4,6%	48,4	4,2%	6,3%
Ostala tržišta	25,3	2,3%	68,3	5,9%	(63,0%)
<b>Prihod od prodaje</b>	<b>1.121,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.155,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>(2,9%)</b>

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

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

Rast prodaje od 5,2% TRŽIŠTE HRVATSKE zahvaljuje: (i) rastu prihoda od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, (ii) rastu prihoda od prodaje vlastitih brendova, prvenstveno Argete u kategoriji delikatesnih namaza, Cedevisa u kategoriji vitaminskih instant napitaka, vode pod brendom Kala, kao i Smokija u segmentu flipsa te (iii) rastu prihoda od prodaje vanjskih principala pri čemu se ističu Ferrero, Philips, Rauch i SABMiller.

TRŽIŠTE SRBIJE zabilježilo je rast prihoda zbog: (i) rasta prihoda od prodaje kave pod brendovima Grand kafa i Bonito (ostvaren unatoč padu kategorije turske kave), kao i rasta prihoda od prodaje espresso kave pod brendom Barcaffè, (ii) rasta prihoda brendova Smoki, Bananica, Prima štapići iz segmenta slatko, kao i keksa i napolitanki te (iii) rasta prihoda od prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta. Ako izuzmemo utjecaj tečaja dinara, prihodi na tržištu Srbije porasli su za 5,2%.

TRŽIŠTE SLOVENIJE osjetan pad prihoda zabilježilo je zbog otežane suradnje s najvećim kupcem Mercatorom. Pad je zabilježen u svim kategorijama vlastitih proizvoda i principalskih brendova, osim Argete u segmentu delikatesnih namaza koja je ostvarila rast unatoč navedenim problemima.

Na TRŽIŠTU BOSNE I HERCEGOVINE rast prihoda zabilježen je zahvaljujući rastu prodaje: (i) delikatesnih namaza pod brendom Argeta, (ii) brenda Grand Kafa u kategoriji turske kave i Barcaffè espresso kave te (iii) čokolada pod brendom Najlepše želje i Menaž.

Pad prihoda na OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE uzrokovan je padom prihoda na tržištu Crne Gore, koji je posljedica optimizacije zaliha vanjskog distributera uslijed postavljanja novih komercijalnih uvjeta. Na tržištu Makedonije ostvareni su prihodi na razini istog prošlogodišnjeg razdoblja, dok je tržište Kosova iskazalo dvoznamenkasti rast, prvenstveno zahvaljujući izvrsnim rezultatima Argete iz segmenta delikatesnih namaza.

Do pada prodaje na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA dolazi uslijed pada prodaje proizvoda iz

## DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE

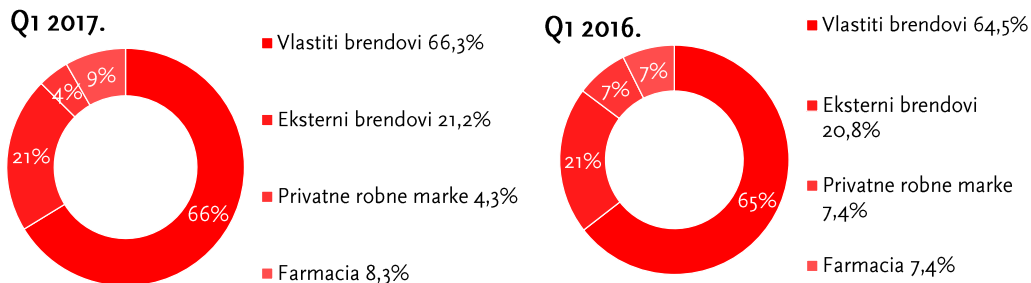


portfelja sportske i aktivne prehrane u većoj mjeri uzrokovanog prekidom suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke.

Na TRŽIŠTU RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA pozitivan utjecaj na prihode imalo je poboljšanje gospodarske situacije i jačanje tečaja rublje. Najveći rast su zabilježili Donat Mg iz segmenta pića, Vitamin C iz Multivitinog asortimana te Argeta iz segmenta delikatesnih namaza.

OSTALA TRŽIŠTA bilježe osjetan 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 (suradnja raskinuta koncem ožujka 2016. godine). Ukoliko izuzmemo pad prihoda uzrokovan navedenim prekidom suradnje, ostala tržišta bilježe pad od 6,8%.

## PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA



VLASTITI BRENDOVI su u prvom tromjesečju 2017. godine ostvarili prihode na razini istog razdoblja prošle godine, odnosno 743,1 milijuna kuna. Rast su iskazali: (i) prihodi od Argete u segmentu delikatesnih namaza i (ii) prihodi brendova Menaž, Bananica, Prima te napolitanki i vafla u segmentu slatko i slano. S druge strane, pad prihoda su iskazali brendovi Multipower, Champ i Multaben iz segmenta sportske i aktivne prehrane, proizvodi iz Amfissinog portfelja u gourmet segmentu te Donat Mg i Cockta iz segmenta pića. Ako se izuzme negativan utjecaj pada prihoda brendova iz segmenta sportske i aktivne prehrane, ostali vlastiti brendovi ostvarili su rast od 4,3%.

PRINCIPALSKI BRENDOVI su sa 237,3 milijuna kuna zabilježili pad prihoda od prodaje od 1,0%, što je uzrokovano otežanom suradnjom s važnim ključnim kupcem na regionalnim tržištima. Navedeni pad prihoda je djelomično nadoknađen dobrim rezultatima ostalih principala, primarno Ferrera, Raucha, Philipsa i SABMillera, kao i početka distribucije novih principala poput Beam Suntorya na tržištima Srbije, Makedonije, Crne Gore, Kosova i Albanije te principala Nocco na tržištima Njemačke, Ujedinjenog Kraljevstva i Austrije.

Zbog pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane, PRIVATNE ROBNE MARKE bilježe pad od 43,9% u odnosu na prvi kvartal 2016. godine s ostvarenih 47,8 milijuna kuna prihoda od prodaje.

Ljekarnički lanac FARMACIA ostvario je prihode u visini od 93,0 milijuna kuna što predstavlja rast od 9,3% u odnosu na prvi kvartal 2016. godine, zahvaljujući 9 postotnom rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija te novootvorenim specijaliziranim prodavaonicama.

## DINAMIKA PROFITABILNOSTI

### U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE

#### DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(in HRK millions)	Q1 2017	Q1 2016	Q1 2017/ Q1 2016
Sales	1.121,2	1.155,2	(2,9%)
EBITDA	108,9	103,9	4,8%
EBIT	70,3	69,8	0,6%
Net profit/(loss)	52,4	45,2	15,9%
<b>Profitability margins</b>			
EBITDA margin	9,7%	9,0%	+ 72 bp
EBIT margin	6,3%	6,0%	+ 22 bp
Net profit margin	4,7%	3,9%	+ 76 bp

Atlantic Grupa je u prvom tromjesečju 2017. godine ostvarila **EBITDA** u iznosu od 108,9 milijuna kuna, što predstavlja rast od 4,8% u odnosu na isto prošlogodišnje razdoblje. Na rast EBITDA najveći utjecaj je imao kvalitetniji prodajni miks s obzirom da je pad prodaje privatnih robnih marki i proizvoda iz segmenta sportske i aktivne prehrane najvećim dijelom nadoknađen rastom prodaje ostalih vlastitih brendova. Navedeni pozitivni utjecaji u potpunosti su eliminirali negativan utjecaj troškova proizvodnih materijala, koji su rasli prvenstveno zbog značajno viših prosječnih cijena sirove kave.

Unatoč solidnom rastu EBITDA, zbog 13,5 postotnog rasta amortizacije i deprecijacije, ostvareni EBIT rastao je u manjoj mjeri i viši je za 0,6%. Neto dobit prije manjinskih interesa je zabilježila rast od 15,9%, prvenstveno zahvaljujući nižim financijskim troškovima te višim pozitivnim tečajnim razlikama.

## FINANCIJSKI POKAZATELJI

### U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE

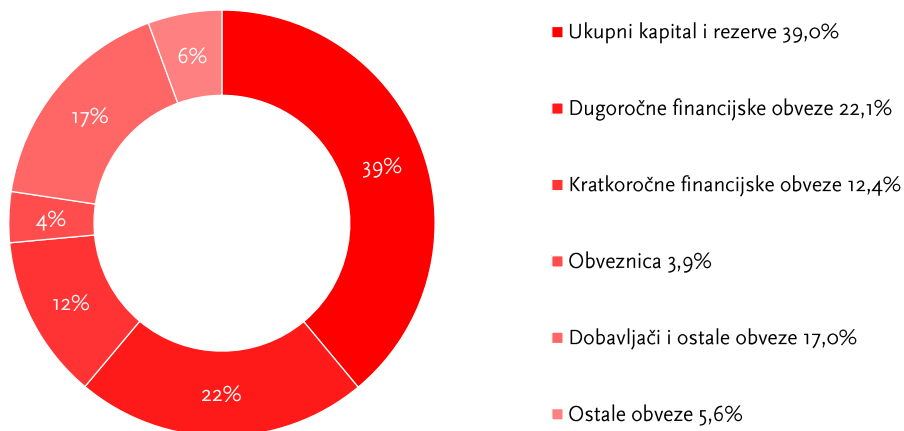
#### FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	Q1 2017	2016
Neto dug	1.467,5	1.502,0
Ukupna imovina	5.180,9	5.395,8
Ukupno kapital i rezerve	2.018,7	2.016,5
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,4	1,4
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	42,1%	42,7%
Neto dug/EBITDA	3,1	3,2
	Q1 2017	Q1 2016
Pokriće troška kamata	6,1	4,4
Kapitalna ulaganja	15,2	15,1
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	33,5	-74,1

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom kvartalu 2017. godine potrebno je istaknuti sljedeće:

Zahvaljujući padu neto duga od 34,6 milijuna kuna na kraju prvog kvartala 2017. godine u odnosu na kraj 2016. godine, odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug pao je za 59 baznih bodova, dok je u odnosu na prvi kvartal 2016. godine pao za čak 477 baznih bodova. Zaduženost mjerena odnosom neto duga i EBITDA pala je s 3,2 na 3,1 u odnosu na kraj 2016. godine. Istovremeno je pokriće troška kamata s EBITDA naraslo s 4,4 na 6,1, a novčani tok iz poslovnih aktivnosti bolji je za 107,6 milijuna kuna.

#### STRUKTURA PASIVE BILANCE ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. OŽUJKA 2017. GODINE



## FINANCIJSKI POKAZATELJI

### U PRVOM KVARTALU 2017. GODINE

#### PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

---

Do rasta novčanog toka iz poslovnih aktivnosti u prvom kvartalu 2017. godine u odnosu na isto razdoblje prošle godine došlo je zahvaljujući rješavanju problema s naplatom potraživanja i optimizacijom zaliha koje su prošle godine uzrokovali pokretanje distribucijskog poslovanja u Njemačkoj i Austriji i implementacija SAP rješenja, kako u dvije navedene zemlje tako i u Hrvatskoj.

Kapitalna ulaganja u prvom kvartalu 2017. godine prvenstveno se odnose na ulaganja u proizvodnu opremu poslovnih područja u cilju povećanja efikasnosti proizvodnih procesa te u razvoj IT infrastrukture, poslovnih sistema i aplikacija.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP DELIKATESNI NAMAZI: ulaganje u novu liniju za proizvodnju 95-gramske paštete i rashladni sistem proizvodne lokacije;
- SPP KAVA: nabava espresso te Coffee2GO aparata, ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje;
- SPP SLANO I SLATKO: ulaganje u povećanje efikasnosti proizvodnje;
- IT: implementacija poslovnih aplikacija.



## OČEKIVANJA ZA 2017. GODINU

Očekivanja menadžmenta za 2017. godinu zadržana su od najave 28. veljače 2017. godine kako slijedi:

(u milijunima kuna)	2017. plan	2016.	2017./2016.
Prodaja	5.300	5.106	3,8%
EBITDA	475	474	0,1%
EBIT	310	308	0,7%
Trošak kamata	65	78	(17,0%)

U 2017. godini očekujemo kapitalne investicije u iznosu od oko 150 milijuna kuna.

Očekivana efektivna porezna stopa u 2017. godini ostat će na nivou prošlogodišnje.

**KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJ**  
ZA PRVI KVARTAL 2017. GODINE

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA  
TROMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. OŽUJKA 2017.  
(NEREVIDIRANO)**

## KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ožu. 2017	Sij.-Ožu. 2016	Indeks
<b>Ukupan prihod</b>	<b>1.128.402</b>	<b>1.162.426</b>	<b>97,1</b>
Prihod od prodaje	1.121.187	1.155.242	97,1
Ostali prihodi	7.215	7.184	100,4
<b>Poslovni rashodi</b>	<b>(1.019.474)</b>	<b>(1.058.525)</b>	<b>96,3</b>
Nabavna vrijednost prodane robe	(261.831)	(302.998)	86,4
Promjena vrijednosti zaliha	12.368	2.786	443,9
Proizvodni materijal i energija	(391.376)	(378.579)	103,4
Usluge	(93.091)	(91.408)	101,8
Troškovi osoblja	(185.676)	(183.492)	101,2
Troškovi marketinga i prodaje	(67.798)	(71.765)	94,5
Ostali troškovi	(40.360)	(41.195)	98,0
Ostali dobici - neto	8.290	8.126	102,0
<b>Dobit iz poslovanja prije amortizacije</b>	<b>108.928</b>	<b>103.901</b>	<b>104,8</b>
Amortizacija i umanjenje vrijednosti dugotrajne imovine	(38.672)	(34.066)	113,5
<b>Dobit iz poslovanja</b>	<b>70.256</b>	<b>69.835</b>	<b>100,6</b>
Rashodi od financiranja - neto	(3.891)	(12.884)	30,2
<b>Dobit prije poreza</b>	<b>66.365</b>	<b>56.951</b>	<b>116,5</b>
Porez na dobit	(13.996)	(11.751)	119,1
<b>Neto dobit</b>	<b>52.369</b>	<b>45.200</b>	<b>115,9</b>
Pripada:			
Manjinskim udjelima	104	(100)	n/p
Dioničarima Društva	52.265	45.300	115,4
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja			
- osnovna	15,68	13,59	
- razrijeđena	15,68	13,59	

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ožu. 2017	Sij.-Ožu. 2016	Indeks
<b>Neto dobit</b>	<b>52.369</b>	<b>45.200</b>	<b>115,9</b>
Zaštita novčanog toka	(6.740)	(10.221)	65,9
Tečajne razlike	(39.333)	(41.110)	95,7
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit/ (gubitak)</b>	<b>6.296</b>	<b>(6.131)</b>	<b>n/p</b>
Pripada:			
Manjinskim udjelima	46	(136)	n/p
Dioničarima Društva	<u>6.250</u>	<u>(5.995)</u>	<u>n/p</u>
Ukupno sveobuhvatna dobit/ (gubitak)	<u>6.296</u>	<u>(6.131)</u>	<u>n/p</u>

## KONSOLIDIRANA BILANCA

u tisućama kuna, nerevidirano	31. ožujak 2017.	31. prosinca 2016.
<b>IMOVINA</b>		
<b>Dugotrajna imovina</b>		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.051.149	1.082.059
Ulaganje u nekretnine	1.229	1.259
Nematerijalna imovina	1.726.931	1.756.217
Odgođena porezna imovina	45.375	47.293
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	901	915
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	81.849	59.102
	<b>2.907.434</b>	<b>2.946.845</b>
<b>Kratkotrajna imovina</b>		
Zalihe	664.389	623.318
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.062.808	1.300.568
Potraživanja za porez na dobit	17.434	10.326
Derivativni financijski instrumenti	10.123	18.139
Dani depoziti	216	227
Novac i novčani ekvivalenti	512.792	490.730
	<b>2.267.762</b>	<b>2.443.308</b>
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	5.683	5.687
Ukupno kratkotrajna imovina	<b>2.273.445</b>	<b>2.448.995</b>
<b>UKUPNO IMOVINA</b>	<b>5.180.879</b>	<b>5.395.840</b>
<b>KAPITAL I OBVEZE</b>		
<b>Kapital i rezerve pripisane dioničarima Društva</b>		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.489	881.489
Vlastite dionice	(4.207)	(88)
Pričuve	(190.365)	(80.964)
Zadržana dobit	1.195.349	1.079.698
	<b>2.015.638</b>	<b>2.013.507</b>
Manjinski interesi	3.027	2.981
<b>Ukupno kapital</b>	<b>2.018.665</b>	<b>2.016.488</b>
<b>Dugoročne obveze</b>		
Obveze po primljenim kreditima	1.346.880	1.422.605
Odgođena porezna obveza	167.259	171.811
Ostale dugoročne obveze	6.555	6.673
Rezerviranja	57.225	58.036
	<b>1.577.919</b>	<b>1.659.125</b>
<b>Kratkoročne obveze</b>		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	881.266	1.073.996
Obveze po primljenim kreditima	643.742	588.539
Tekuća obveza poreza na dobit	15.367	9.231
Rezerviranja	43.920	48.461
	<b>1.584.295</b>	<b>1.720.227</b>
<b>Ukupne obveze</b>	<b>3.162.214</b>	<b>3.379.352</b>
<b>UKUPNO KAPITAL I OBVEZE</b>	<b>5.180.879</b>	<b>5.395.840</b>

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

**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 2016	1.014.689	(26.264)	954.325	1.942.750	2.558	1.945.308
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit	-	-	45.300	45.300	(100)	45.200
Zaštita novčanog toka	-	(10.221)	-	(10.221)	-	(10.221)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(41.074)	-	(41.074)	(36)	(41.110)
Ukupno sveobuhvatna dobit/ (gubitak)	-	(51.295)	45.300	(5.995)	(136)	(6.131)
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Transfer	-	(19.071)	19.071	-	-	-
<b>Stanje 31. ožujka 2016</b>	<b>1.014.689</b>	<b>(96.630)</b>	<b>1.018.696</b>	<b>1.936.755</b>	<b>2.422</b>	<b>1.939.177</b>
Stanje 1. siječnja 2017	1.014.773	(80.964)	1.079.698	2.013.507	2.981	2.016.488
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit	-	-	52.265	52.265	104	52.369
Zaštita novčanog toka	-	(6.740)	-	(6.740)	-	(6.740)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(39.275)	-	(39.275)	(58)	(39.333)
Ukupno sveobuhvatna dobit/ (gubitak)	-	(46.015)	52.265	6.250	46	6.296
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Otkup vlastitih dionica	(4.119)	-	-	(4.119)	-	(4.119)
Transfer	-	(63.386)	63.386	-	-	-
<b>Stanje 31. ožujka 2017</b>	<b>1.010.654</b>	<b>(190.365)</b>	<b>1.195.349</b>	<b>2.015.638</b>	<b>3.027</b>	<b>2.018.665</b>

**ATLANTIC GRUPA d.d.****KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU**

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Ožujak 2017.	Siječanj - Ožujak 2016.
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>		
<b>Neto dobit</b>	<b>52.369</b>	<b>45.200</b>
Porez na dobit	13.996	11.751
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	38.672	34.066
Dobit od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(504)	(255)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	5.224	2.913
Tečajne razlike - neto	(21.467)	(19.185)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(5.352)	(5.783)
Dobici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(7.562)	(5.212)
Prihodi od kamata	(982)	(1.078)
Rashodi od kamata	17.744	23.442
Ostale nenovčane promjene, neto	-	316
<b>Promjene u radnom kapitalu:</b>		
Povećanje zaliha	(45.325)	(39.889)
Smanjenje kratkoročnih potraživanja	211.287	12.237
Smanjenje kratkoročnih obveza	(151.618)	(99.145)
<b>Novac generiran poslovanjem</b>	<b>106.482</b>	<b>(40.622)</b>
Plaćene kamate	(59.234)	(25.904)
Plaćeni porez	(13.721)	(7.554)
	<b>33.527</b>	<b>(74.080)</b>
<b>Novčani tok (korišten za)/iz investicijske aktivnosti</b>		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(15.231)	(15.147)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji	595	42.421
Primici od prodaje poslovanja čajeva	18.750	-
Dani depoziti i krediti	(17.214)	(2.610)
Primici od danih kredita i depozita	1.006	1.243
Primljene kamate	982	882
	<b>(11.112)</b>	<b>26.789</b>
<b>Novčani tok korišten za financijske aktivnosti</b>		
Otkup vlastitih dionica	(4.120)	-
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	79.092	97.262
Otplata primljenih kredita	(74.826)	(130.279)
Stjecanje udjela u ovisnom društvu od manjinskog interesa	(499)	-
	<b>(353)</b>	<b>(33.017)</b>
<b>Neto povećanje/(smanjenje) novca i novčanih ekvivalenata</b>	<b>22.062</b>	<b>(80.308)</b>
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	490.730	365.692
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	512.792	285.384



**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 tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2017. odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 26. travnja 2017. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

**BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE**

**2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA**

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2017. 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 2016. 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 2016. godine.

**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.



- 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 SDR HoReCa, SDR ZND & Baltik, PP Dječja hrana, PP Gourmet te DP 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.

<b>Prihod od prodaje<sup>1</sup></b>	<b>Sij. - Ožu.</b>	<b>Sij. - Ožu.</b>
<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
SPP Pića	133.839	133.444
SPP Kava	215.064	212.129
SPP Slatko i slano	149.496	145.959
SPP Delikatesni namazi	116.586	106.929
SPP Sportska i aktivna prehrana	98.923	152.726
SPP Zdravlje i njega	137.332	128.105
SDP Hrvatska	200.416	195.974
SDP Zona Zapad	120.449	134.932
SDP Srbija	233.230	227.723
DP Slovenija	158.252	174.275
Ostali segmenti	180.320	173.019
Usklada	(622.720)	(629.973)

<sup>1</sup> Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu

**BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**


---

<b>Ukupno</b>	<b>1.121.187</b>	<b>1.155.242</b>
---------------	------------------	------------------

---

**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>2017</u>	<u>2016</u>
Neto dobit dioničarima ( <i>u tisućama kuna</i> )	52.265	45.300
Prosječno ponderirani broj dionica	3.333.631	3.334.073
Osnovna zarada po dionici ( <i>u kunama</i> )	15,68	13,59

**Razrijeđena zarada po dionici**

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

**BILJEŠKA 5 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA**

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2017. godine, Grupa je uložila 15.231 tisuću kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2016.: 15.147 tisuća kuna).

U prvom tromjesečju 2016. godine Grupa je prodala dugotrajnu imovinu namijenjenu prodaji za iznos od 42.002 tisuća kuna.

**BILJEŠKA 6 – ZALIHE**

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2017. godine Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 4.253 tisuće kuna (2016.: 1.652 tisuće kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

**BILJEŠKA 8 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA**

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. ožujka 2017. godine i 31. prosinca 2016. godine i stavke računa dobiti i gubitka za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka su kako slijedi:

*(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)*

	<u>31. ožujka 2017</u>	<u>31. prosinca 2016</u>
<b>POTRAŽIVANJA</b>		
<b>Dani dugoročni krediti</b>		
Dioničari	17.214	-
<b>Kratkoročna potraživanja</b>		
Ostale povezane stranke	89.015	98.322
<b>OBVEZE</b>		
<b>Obveze prema dobavljačima</b>		
Dioničari	3.724	44.954
Ostale povezane stranke	994	3.906
<b>PRIHODI</b>	<u>Sij.-Ožu. 2017</u>	<u>Sij.-Ožu. 2016</u>
<b>Prihodi od prodaje robe</b>		
Ostale povezane stranke	105.490	103.551
<b>Ostali prihodi</b>		
Ostale povezane stranke	191	209
<b>RASHODI</b>		
<b>Troškovi marketinga i unapređenja prodaje</b>		
Ostale povezane stranke	1.703	2.208
<b>Ostali troškovi</b>		
Ostale povezane stranke	502	531
<b>Neto rashodi od financiranja</b>		
Dioničari	3.724	-



Atlantic Grupa d.d.  
Miramarska 23  
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 27. travnja 2017. 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 2017. godine do 31. ožujka 2017. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva.

Izvešće posloводства za godišnje razdoblje okončano 31. ožujka 2017. 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](mailto:ir@atlanticgrupa.com)

## **ATLANTIC GRUPA d.d.**

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

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

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

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 3.334.300 dionica, svaka nominalnog iznosa 40,00kn

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

Uprava: Emil Tedeschi, M. Veber, N. Vranković, Z. Stanković  
Predsjednik Nadzornog odbora: Z. Adrović

---

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