

ATLANTIC GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM POLUGODIŠTU
2017. GODINE
(nerevidirano)

Zagreb, 27. srpnja 2017. godine

KOMENTAR PREDSEDNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	7
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	13
FINANCIJSKI POKAZATELJI	16
OČEKIVANJA	18
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	19

Komentirajući financijska ostvarenja i ključne poslovne događaje koji su obilježili prvo polugodište 2017. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

„Nakon obećavajućih poslovnih rezultata u prvom tromjesječju 2017. godine, koji su unatoč izazovima u suradnji s maloprodajnim lancima u sastavu koncerna Agrokor dosegli razinu očekivanih, drugo tromjesječje pokazalo je snagu Atlantic Grupe i donijelo rast prihoda od prodaje i dvoznamenkasti rast neto dobiti. Rast je ostvaren u većini poslovnih segmenta i tržišta, a praćen je i poboljšanjem profitabilnosti gotovo svih poslovnih područja.

Osim ostvarenim poslovnim rezultatima, izuzetno smo zadovoljni i dogovorom o strateškom partnerstvu s respektabilnom belgijskom kompanijom Aminolabs, koje će nedvojbeno omogućiti dodatni fokus na vlastite robne marke i još snažniji razvoj distribucije vlastitih i principalskih brendova, ali i nastavak restrukturiranja Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana.“

KLJUČNI DOGAĐAJI

U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE



RAST PRIHODA OD PRODAJE UZ ZNAČAJAN RAST PROFITABILNOSTI

- PRIHODI OD PRODAJE U IZNOSU OD 2.505,3 MILIJUNA KUNA
+ 2,0% u odnosu na prvo polugodište 2016. godine
- DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA) OD 281,5 MILIJUNA KUNA
+ 8,4% u odnosu na prvo polugodište 2016. godine
- DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA (EBIT) OD 204,1 MILIJUNA KUNA
+ 6,2% u odnosu na prvo polugodište 2016. godine
- NETO DOBIT NAKON MANJINSKIH INTERESA OD 154,1 MILIJUNA KUNA
+ 15,4% u odnosu na prvo polugodište 2016. godine

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG POLUGODIŠTA 2017. GODINE

Ključni pokazatelji	1.-6. 2017.	1.-6. 2016.	1.-6. 2017./ 1.-6. 2016.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	2.505,3	2.456,6	2,0%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	2.525,1	2.486,9	1,5%
EBITDA marža	11,2%	10,6%	+66 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	154,1	133,5	15,4%
Pokazatelj zaduženosti*	41,7%	46,9%	- 517 bb

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

1. VLASTITI BRENDOVI U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE

U godini u kojoj bilježi dvadesetu godinu postojanja, na prvom Effie festivalu u Srbiji, Grand kafa je osvojila dva od ukupno osam dodijeljenih priznanja i to za kampanju „Kafa nove generacije“ za Grand Black'n'Easy te za kampanju Grand Gold kafe. Effie priznanja se dodjeljuju temeljem uspješnosti povrata sredstava uloženi u marketinške kampanje. Prema jednom od najvećih europskih istraživanja o povjerenju potrošača u robne marke koje provodi ugledni Institut za istraživanje tržišta i medija Mediana, Barcaffe je jedanaestu godinu za redom najpouzdanija robna marka kave u Sloveniji.

Cedevita je predstavila novi inovativan prizvod Chia Fresca, koji osvježava odličnim okusom limunade uz dodatnu energiju koju pružaju chia sjemenke. Sa smanjenim udjelom šećera, uz visoke vrijednosti vitamina i dodatak chia sjemenki kao bogatog izvora bjelančevina, željeza i kalcija, Chia Fresca pruža užitek ispijanja zahvaljujući fuziji teksture i okusa te serviranju u posebnim staklenim kriglicama. U ovogodišnjim ljetnim mjesecima Chia Fresca već je postala nezaobilazno ljetno osvježanje.

Donat Mg osvojio je zlatnu nagradu u kategoriji Hrana i piće na 6. slovenskoj konferenciji i svečanoj dodjeli nagrada Diggitt za izuzetna postignuća na području digitalnog komuniciranja, kao i posebno priznanje Grand Prix u kategoriji digitalnog oglašavanja za kreativnu kampanju Donat Trump koja je dosegla čak 54 milijuna korisnika. Donat Mg-u ovo je već sedma nagrada Diggitt.

Kao i u svakom kvartalu, Strateško poslovno područje Slatko i slano lansiralo je brojne nove proizvode, među kojima se ističu dva nova okusa Integrino keksa koji prate trend zdrave prehrane sa smanjenim udjelom šećera i povećanom razinom vlakana. Što se slanih proizvoda tiče, Smoki je lansirao retro pakiranje za 45. obljetnicu postojanja te novi Smokić sa sličicama, dok je Chipsos doživio redizajn u minimalističkom stilu, koji poboljšava uočljivost na prodajnim mjestima.

Ajvar Bakina Tajna osvojio je još jednu u nizu prestižnih priznanja kvalitete, ovaj put od strane 120 slavni glavni kuhara i sommeliera – dvije Michelinove zvjezdice. Proizvodi se ocjenjuju metodom sličnom izboru Michelinovog kulinarskog vodiča, a osvojene dvije zvjezdice znače da je 80-90% stručnjaka potvrdilo da proizvod ima izvanredan okus.

2. OGRANIČENJA U SURADNJI S KLJUČNIM KUPCEM

Prvo tromjesječje 2017. godine bilo je izuzetno turbulentno za najvećeg regionalnog maloprodajnog partnera Atlantic Grupe. Početak travnja ove godine obilježio je donošenje Zakona o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima od sistemskog značaja za Republiku Hrvatsku te imenovanje izvanrednog povjerenika, čime je započet proces stabilizacije poslovanja operativnih poduzeća u vlasništvu Agrokora. Nakon što je Atlantic Grupa u svrhu ograničavanja kreditnog rizika tijekom ožujka 2017. godine kontrolirano smanjila isporuke članicama koncerna Agrokora, donošenjem gore navedenog zakona poslovni rizik se značajno smanjio te je Atlantic Grupa odlučila postupno normalizirati poslovanje. Bez obzira na stabilizaciju poslovanja maloprodajnih lanaca u sastavu Agrokora, zastoji u poslovanju su rezultirali gubitkom dijela njihova tržišnog udjela te je promet Atlantic Grupe preko navedenih lanaca i dalje niži nego u istom razdoblju prošle godine.

3. ATLANTIC GRUPA I BELGIJSKI AMINOLABS SKLOPILI STRATEŠKO PARTNERSTVO

U svrhu daljnjeg restrukturiranja i pojednostavljivanja poslovanja segmenta sportske i aktivne prehrane te fokusa na vlastite brendove i širenje distribucije principalskih brendova, Atlantic Grupa je odlučila prodati tvornice u Njemačkoj (Bleckede) i Hrvatskoj (Nova Gradiška) i s njima povezanu uslužnu proizvodnju za treće strane (private label) belgijskoj tvrtki Aminolabs Group. Vrijednost transakcije iznosi do 200 milijuna kuna od čega isplata 150 milijuna kuna slijedi po potpisivanju ugovora, dok će ostatak biti isplaćen kroz naredne dvije godine. Očekivana dobit od prodaje tvornica iznosi oko 50 milijuna kuna. Dovršetak transakcije očekuje se u zadnjem kvartalu ove godine. Atlantic Grupa u pogonu u Novoj Gradiški ostaje manjinski partner, a strateški brandovi Multipower, Champ i Multaben izdvojeni su u zasebnu poslovnu jedinicu te ostaju u 100 postotnom vlasništvu Atlantic Grupe. Atlantic Grupa nastavlja razvijati Multipower brend približavajući ga premium segmentu, zadržavajući u svojem okrilju marketing, prodaju i inovacije proizvodnog portfelja sportske prehrane. Ugovorna proizvodnja strateškog branda nastavlja se u suradnji s Aminolabsom, a novo partnerstvo otvara perspektivu rasta ukupnog poslovanja sa sportskom prehranom u Europi.

4. IZGLASANA ISPLATA DIVIDENDE

Prema odluci Glavne skupštine održane 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 45 milijuna kuna, koja je realizirana u srpnju 2017. godine.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE

U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE



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

(u milijunima kuna)	1.-6. 2017.	1.-6. 2016.	1.-6. 2017./ 1.-6. 2016.
SPP Kava	503,6	493,4	2,1%
SPP Pića	338,0	319,6	5,8%
SPP Slatko i slano	315,2	302,5	4,2%
SPP Delikatesni namazi	270,3	253,1	6,8%
SPP Zdravlje i njega	287,2	266,2	7,9%
SPP Sportska i aktivna prehrana	201,4	257,4	(21,8%)
SDP Srbija	526,1	515,2	2,1%
SDP Hrvatska	471,4	445,4	5,8%
DP Slovenija	347,6	351,8	(1,2%)
SDR Zona Zapad	235,0	274,5	(14,4%)
Ostali segmenti*	414,4	370,3	11,9%
Usklada**	(1.404,7)	(1.392,8)	n/p
Prihod od prodaje	2.505,3	2.456,6	2,0%

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2017. godine ostvarila 2,5 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 2,0% u odnosu na prethodnu godinu. Rast prihoda je ostvaren zahvaljujući rastu vlastitih brendova, a unatoč padu prihoda prodaje u Strateškom poslovnom području Sportska i aktivna prehrana, u najvećoj mjeri uzrokovanog prošlogodišnjim prekidom suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke. Ukoliko se izuzme efekt prihoda od prodaje navedenog kupca, prihodi od prodaje su rasli za 4,1%.

Unatoč značajnom negativnom utjecaju gubitka dijela prihoda ostvarenih preko najvećeg regionalnog maloprodajnog lanca, Atlantic Grupa je uspjela nadoknaditi izgubljene prihode te premašiti prihode ostvarene u prvom polugodištu prošle godine višom prodajom preko ostalih kupaca. Tako je u prvom polugodištu 2017. godine na tržištima Srbije, Hrvatske i Slovenije ostvaren rast od čak 4,8% u odnosu na isto prošlogodišnje razdoblje.

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 2017. 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, Bosni i Hercegovini 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 POLUGODIŠTU 2017. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA bilježi rast prihoda od prodaje ponajviše zahvaljujući prodajnim rezultatima na srpskom, slovenskom, bosanskohercegovačkom i hrvatskom tržištu. Rast na navedenim tržištima ostvaren je unatoč poteškoćama u suradnji s maloprodajnim lancima u sastavu koncerna Agrokor. Mjereno prema kategorijama, rast bilježe turska kava, espresso te instant turska kava (Black'n'Easy).

Rast na navedenim tržištima je nadmašio pad na tržištu Makedonije (uzrokovan snažnim cjenovnim pritiskom konkurencije).



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA zabilježilo je solidan rast prihoda prvenstveno zahvaljujući rastu prihoda u Hrvatskoj, Sloveniji te Rusiji. Najveći doprinos na ruskom i slovenskom tržištu dolazi od Donata Mg, dok su na hrvatskom tržištu odlične prodajne rezultate ostvarili Cedevita, posebno u HoReCa segmentu, te vode Kala i Kalnička. Od značajnijih tržišta, pad prihoda je zabilježen samo na srpskom tržištu, kao posljedica otežane suradnje s Mercatorom.



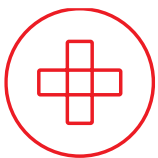
Rast prihoda STRATEŠKOG POSLOVNOG PODRUČJA SLATKO I SLANO ostvaren je prvenstveno zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Crne Gore, čime je značajno nadmašen pad na tržištima Makedonije i Slovenije. Izvršne rezultate ostvarili su svi proizvodni segmenti, a prvenstveno čokolade pod brendom Menaž, flips pod brendom Smoki, štapići pod brendom Prima, te vafli i napolitanke.

Rast je ostvaren zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima postojećih, ali i novih artikala.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI nastavlja s ostvarivanjem rekordnih rezultata, zahvaljujući rastu prihoda na gotovo svim važnim tržištima, pri čemu prednjače regionalna tržišta kao što su Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija i Makedonija, ali i tržišta Švicarske, Austrije, Švedske i Nizozemske. Rast bilježe i mesni i riblji delikatesni namazi pod brendom Argeta, a izuzetan rast su ostvarili i Montana sendviči koji se prodaju na tržištu Hrvatske i Slovenije.

Rast je ostvaren zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima postojećih, ali i novih artikala.



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

Rast je ostvaren zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima postojećih, ali i novih artikala.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA značajan pad prodaje zabilježilo je prvenstveno zbog raskinute suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke te djelomično zbog lošijih prodajnih rezultata vlastitih brendova Multipower, Multaben i Champ, kao posljedice restrukturiranja portfelja. Ako bi eliminirali utjecaj prošlogodišnjeg raskida gore navedene suradnje, prihodi bi pali za 4,1%.

Rast je ostvaren zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima postojećih, ali i novih artikala.

Rast prihoda STRATEŠKOG DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SRBIJA ostvaren je zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima gotovo svih kategorija proizvoda, a posebno Smokija, Bananice, Prima štapića te keksa i napolitanke iz segmenta slatko i slano, Argete iz segmenta delikatesnih namaza, turske kave pod brendom Bonito te espresso kave. Dobre prodajne rezultate ostvarili su i brendovi Cedevita u on-the-go segmentu i Donat Mg iz segmenta pića, kao i većina eksternih principala, među kojima se ističe Rauch. Manju prodaju Mercatora Srbija su nadmašili značajno viši prihodi drugih ključnih kupaca i ostalih prodajnih mjesta manjih formata.

Rast prodaje STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA ostvarilo je zahvaljujući rastu prodaje od distribucije i vlastitih i principalskih brendova. Ako promatramo vlastite brendove, rast prodaje ostvaren je u svim kategorijama proizvoda, a prednjače Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, Cedevita iz segmenta

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE



vitaminskih instant napitaka, Kala i Kalnička u segmentu voda te Montana sendviči. Kod principalskih brendova najbolje rezultate bilježe Ferrero, SABMiller i Philips. Ostvareni dobri rezultati posebno vesele u svjetlu snažnog negativnog utjecaja usporene suradnje s članicama koncerna Agrokor. Valja istaknuti da su u lipnju ostvareni povijesno najviši prodajni rezultati u ovom strateškom distribucijskom području.

Blagi pad prodaje DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SLOVENIJA posljedica je negativnog utjecaja otežane suradnje s Mercatorom. Navedeni pad prodaje većim je dijelom nadoknađen odličnim prodajnim rezultatima ostalih kupaca. Pad prihoda zabilježen je u kategorijama vitaminskih instant napitaka i gaziranih pića, dok su solidne poslovne rezultate ostvarili segmenti kave, funkcionalnih pića i delikatesnih namaza te principal Ferrero. Promatrano u eurima, prihodi ostvareni u prvom polugodištu 2017. godine na razini su prihoda ostvarenim u istom prošlogodišnjem razdoblju.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZONA ZAPAD pad prodaje bilježi pretežno na njemačkom tržištu te tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Turske, Španjolske i Italije, 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, Švicarske i Austrije. Pritom se među segmentima rastom ističu principal Nocco, delikatesni namazi pod brendom Argeta te proizvodi iz portfelja Bakine Tajne, a raduje i rast prodaje kave te proizvoda iz portfelja segmenta slatko i slano.

OSTALI SEGMENTI dvoznamenkasti rast prihoda zabilježili su primarno kao rezultat rasta prihoda od prodaje Strateških distribucijskih regija HoReCa i ZND i Baltik, kao i rasta prihoda Poslovnog područja Dječja hrana. Distribucijsko područje Makedonija i Poslovno područje Gourmet zabilježila su pad prihoda.

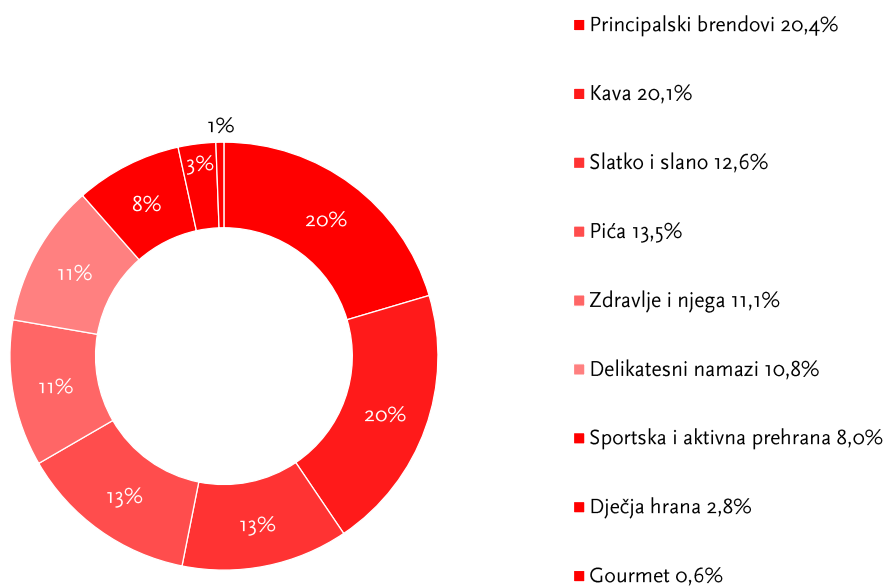
Rast prihoda STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZND I BALTİK bilježi kao rezultat povoljnijih komercijalnih uvjeta i poboljšane distribucije, uz pozitivan utjecaj blagog ekonomskog oporavka u Rusiji i stabilizacije ruske rublje. Značajan rast su ostvarili prihodi od prodaje Donat Mg-a iz segmenta pića te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

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA blagi pad prihoda ostvarilo je zbog lošijih prodajnih rezultata Strateških poslovnih područja Kava te Pića, koji su niži zbog provedenog povećanja cijena uz istovremeno cjenovno agresivnu konkurenciju, kao i Strateškog poslovnog područja Slatko i slano. Navedeni pad je u većoj mjeri nadoknađen rastom prihoda od prodaje Strateških poslovnih područja Delikatesni namazi te Zdravlje i njega, kao i eksternog principala Ferrero.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA HORECA nastavlja s dvoznamenkastim rastom prihoda od prodaje. Rast bilježe sva tržišta, a najveći doprinos dolazi od tržišta Hrvatske i Slovenije. Najveći rast bilježi prodaja vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevisa, prodaja espresso kave pod brendom Barcaffa te eksterni principali.

Pad prihoda POSLOVNO PODRUČJE GOURMET zabilježilo je prvenstveno zbog pada na tržištu Slovenije koji je izazvan otežanom suradnjom s Mercatorom, a djelomično je nadoknađen rastom prihoda na srpskom i hrvatskom tržištu te na tržištima Njemačke i Austrije.

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA



DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE



PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2017.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2016.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2017./ 1.-6. 2016.
Hrvatska	740,1	29,5%	688,1	28,0%	7,5%
Srbija	568,8	22,7%	554,2	22,6%	2,6%
Slovenija	403,2	16,1%	401,6	16,3%	0,4%
Bosna i Hercegovina	201,1	8,0%	190,7	7,8%	5,4%
Ostala tržišta regije*	157,9	6,3%	163,3	6,6%	(3,3%)
Ključna europska tržišta**	265,9	10,6%	270,2	11,0%	(1,6%)
Rusija i ZND	109,4	4,4%	91,6	3,7%	19,5%
Ostala tržišta	59,0	2,4%	96,9	3,9%	(39,1%)
Prihod od prodaje	2.505,3	100,0%	2.456,6	100,0%	2,0%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

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

Rast prodaje od čak 7,5% TRŽIŠTE HRVATSKE zahvaljuje: (i) rastu prihoda od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, (ii) rastu prihoda od prodaje vlastitih brendova, prvenstveno Cedevite u kategoriji vitaminskih instant napitaka, Argete u kategoriji delikatesnih namaza, vode pod brendovima Kala i Kalnička, kao i kave pod brendom Barcaffè te (iii) rastu prihoda od prodaje vanjskih principala pri čemu se ističu Ferrero, SABMiller i Philips.

TRŽIŠTE SRBIJE zabilježilo je solidan rast prihoda zbog: (i) rasta prihoda od prodaje kave pod brendom Bonito, prodaje espresso kave pod brendom Barcaffè, kao i instant turske kave pod brendom Black'n'Easy, (ii) rasta prihoda brendova Smoki, Bananica, Prima štapići kao i keksa i napolitanki iz segmenta slatko i slano, te (iii) rasta prihoda od prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta. Ako izuzmemo utjecaj tečaja dinara, prihodi na tržištu Srbije porasli su za 4,2%.

TRŽIŠTE SLOVENIJE zabilježilo je prihode na razini prošle godine. Blagi rast prihoda zabilježile su (i) kava pod brendom Barcaffè, (ii) Donat Mg i Cedevita u kategoriji pića te (iii) Argeta u kategoriji delikatesnih namaza.

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

Pad prihoda na OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE uzrokovan je padom prihoda na tržištima Kosova i Crne Gore, dok su na tržištu Makedonije ostvareni prihodi na razini prošlogodišnjeg razdoblja.

Do pada prodaje na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA dolazi uslijed pada prodaje proizvoda iz portfelja sportske i aktivne prehrane, u većoj mjeri uzrokovanog prošlogodišnjim prekidom suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE

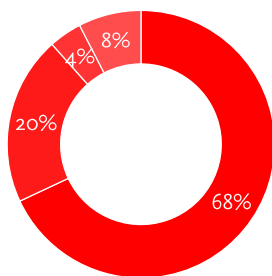


Na TRŽIŠTU RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA pozitivan utjecaj na prihode imalo je poboljšanje gospodarske situacije i jačanje tečaja rublje. Najveći rast su zabilježili Bebi iz segmenta dječje hrane, Donat Mg iz segmenta pića te Vitamin C iz Multivitaminog asortimana.

OSTALA TRŽIŠTA bilježe značajan 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 rast od 5,6%.

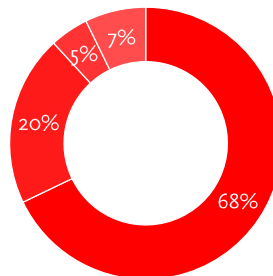
PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

1.-6. 2017.



- Vlastiti brendovi 68,0%
- Eksterni brendovi 20,4%
- Privatne robne marke 4,0%
- Farmacia 7,6%

1.-6. 2016.



- Vlastiti brendovi 67,9%
- Eksterni brendovi 20,3%
- Privatne robne marke 4,6%
- Farmacia 7,2%

VLASTITI BRENDOVI su u prvom polugodištu 2017. godine ostvarili prihode 2,2% više od istog razdoblja prošle godine, odnosno 1.704,0 milijuna kuna. Rast su iskazali: (i) prihodi od Argete u segmentu delikatesnih namaza, (ii) prihodi brendova Donat Mg, Cedevita, Kala i Kalnička u segmentu pića, (iii) prihodi brendova Menaž, Bananica, Smoki, Prima te napolitanki i vafla u segmentu slatko i slano te (iv) Bonito i Barcaffè u segmentu kave. S druge strane, pad prihoda su iskazali brendovi Multipower, Multaben i Champ iz segmenta sportske i aktivne prehrane. Ako se izuzme negativan utjecaj pada prihoda brendova iz segmenta sportske i aktivne prehrane, ostali vlastiti brendovi ostvarili su rast od 6,9%.

PRINCIPALSKI BRENDOVI su sa 511,3 milijuna kuna ostvarili rast prihoda od prodaje od 2,5%. Rast je temeljen na rastu prihoda od prodaje principala Ferrera, Nocca, Philipsa, SABMillera te Beam Suntorya.

PRIVATNE ROBNE MARKE s 100,0 milijuna kuna prihoda od prodaje zabilježile su pad od 11,5%, kao posljedica prošlogodišnjeg raskida suradnje s najvećim kupcem u segmentu sportske i aktivne prehrane. Navedeni pad prihoda djelomično je ublažen rastom prihoda od prodaje drugih partnera te sklapanjem ugovora s novim klijentima.

Ljekarnički lanac FARMACIA ostvario je prihode u visini od 190,0 milijuna kuna što predstavlja rast od 7,0% u odnosu na prvo polugodište 2016. godine, zahvaljujući 10,1 postotnom rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija te novootvorenim specijaliziranim prodavaonicama.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	1.-6. 2017.	1.-6. 2016.	1.-6. 2017./ 1.-6. 2016.
Prihod od prodaje	2.505,3	2.456,6	2,0%
EBITDA	281,5	259,8	8,4%
EBIT	204,1	192,2	6,2%
Neto dobit	154,4	133,7	15,5%
Profitne marže			
EBITDA marža	11,2%	10,6%	+66 bb
EBIT marža	8,1%	7,8%	+32 bb
Neto profitna marža	6,2%	5,4%	+72 bb

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2017. godine ostvarila EBITDA u iznosu od 281,5 milijuna kuna, što predstavlja rast od 8,4% 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 i nepovoljnijeg tečaja američkog dolara.

Zbog rasta troškova amortizacije i deprecijacije od 14,7%, EBIT je rastao nešto sporije, odnosno za 6,2%. Neto dobit prije manjinskih interesa je zabilježila rast od 15,5%, prvenstveno zahvaljujući nižim financijskim troškovima te višim pozitivnim tečajnim razlikama.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2017.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2016.	% prihoda od prodaje	1.-6. 2017./ 1.-6. 2016.
Nabavna vrijednost prodane robe	591,2	23,6%	603,9	24,6%	(2,1%)
Promjene vrijednosti zaliha	(20,3)	(0,8%)	(22,1)	(0,9%)	(8,3%)
Proizvodni materijal	825,7	33,0%	796,7	32,4%	3,6%
Energija	27,7	1,1%	28,5	1,2%	(2,9%)
Usluge	196,6	7,8%	198,5	8,1%	(0,9%)
Troškovi osoblja	385,1	15,4%	377,9	15,4%	1,9%
Troškovi marketinga i prodaje	163,6	6,5%	169,2	6,9%	(3,3%)
Ostali operativni troškovi	88,0	3,5%	82,7	3,4%	6,5%
Ostali (dobici)/gubici - neto	(14,1)	(0,6%)	(8,3)	(0,3%)	n/p
Amortizacija	77,4	3,1%	67,5	2,7%	14,7%
Ukupni operativni troškovi	2.321,0	92,6%	2.294,7	93,4%	1,1%

Pad troškova nabavne vrijednosti prodane robe od 2,1% posljedica je niže prodaje uzrokovane raskidom suradnje s kupcem privatne robne marke, što je utjecalo na smanjenje udjela troškova prodane robe.

Troškovi proizvodnog materijala viši su za 3,6%, kao rezultat rasta cijena sirovina, prvenstveno sirove kave i šećera.

Troškovi usluga niži su ponajviše uslijed ušteda koje su posljedica restrukturiranja u segmentu sportske i aktivne prehrane.

Troškovi osoblja porasli su zbog većeg broja zaposlenih te viših varijabilnih isplata nastavno na bolje prodajne rezultate. Dana 30. lipnja 2017. Atlantic Grupa zapošljava 5.641 osobe, što je 165 osoba više nego na kraju istog razdoblja prošle godine.

Marketinški troškovi bilježe pad od 3,3%, primarno uslijed nižih troškova marketinga u segmentima kave, delikatesnih namaza te zdravlja i njege.

Ostali (dobici)/gubici – neto: Dobit je ostvarena prvenstveno po osnovu financijskih (forward) instrumenata u segmentu kave.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE

OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	1.-6. 2017.	1.-6. 2016.	1.-6. 2017./ 1.-6. 2016.
SPP Kava	97,4	91,8	6,2%
SPP Pića	84,5	97,8	(13,6%)
SPP Slatko i slano	59,8	60,8	(1,6%)
SPP Delikatesni namazi	67,2	63,5	5,7%
SPP Zdravlje i njega	25,9	21,7	19,2%
SPP Sportska i aktivna prehrana	(4,5)	(11,5)	60,5%
SDP Srbija	9,2	4,9	86,8%
SDP Hrvatska	11,1	4,8	130,7%
DP Slovenija	17,2	16,9	1,5%
SDR Zona Zapad	(17,4)	(10,1)	(71,9%)
Ostali segmenti*	(68,8)	(80,9)	14,9%
Grupna EBITDA	281,5	259,8	8,4%

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA: Strateško poslovno područje Kava rast profitabilnosti bilježi uslijed rasta prihoda od prodaje, a unatoč značajnom rastu cijena sirove kave, koji je djelomice kompenziran dizanjem maloprodajnih cijena. Strateška poslovna područja Delikatesni namazi te Zdravlje i njega bilježe rast profitabilnosti uslijed rasta prihoda od prodaje, dok Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana bolju profitabilnost ostvaruje uslijed nižih troškova kao rezultata provedenog restrukturiranja i povoljnije relativne bruto marže. Strateško poslovno područje Pića pad profitabilnosti bilježi zbog izostanka jednokratnog prihoda od povrata preplaćenih sredstava za koncesiju za vode, koji su realizirani u istom razdoblju prošle godine, dok Strateško poslovno područje Slatko i slano blagi pad profitabilnosti bilježi zbog više cijene šećera i rasta ulaganja u marketinške aktivnosti.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA I DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA: Do rasta profitabilnosti SDP Hrvatska, SDP Srbija i DP Slovenija dolazi uslijed rasta prihoda od prodaje te povoljnijeg miksa kupaca koji su rezultirali nižim rabatima. Do pada profitabilnosti SDP Zona Zapad dolazi nastavno na pad prihoda od prodaje.

OSTALI SEGMENTI: Rast profitabilnosti SDR HoReCa temelji se na rastu prihoda od prodaje. Do rasta profitabilnosti PP Dječja hrana i SDR ZND i Baltik dolazi uslijed rasta prodaje, nastavno na stabilizaciju gospodarske situacije u Rusiji te oporavak ruske rublje. DP Makedonija ostvarilo je profitabilnost na razini prošlogodišnje, dok je profitabilnost PP Gourmet pala uslijed pada prihoda, uzrokovanih pojednostavljenjem prodajnog portfelja.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. 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, Slovenij, Bosni i Hercegovini i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata.

FINANCIJSKI POKAZATELJI

U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE

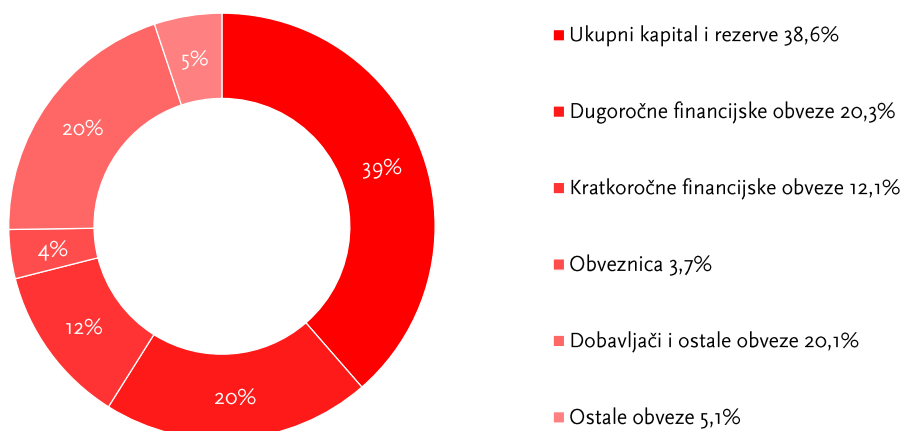
FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	1.-6. 2017.	2016.
Neto dug	1.482,76	1.502,05
Ukupna imovina	5.371,30	5.395,84
Ukupno kapital i rezerve	2.073,39	2.016,49
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,38	1,41
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	41,7%	42,7%
Neto dug/EBITDA	2,99	3,17
	1.-6. 2017.	1.-6. 2016.
Pokriće troška kamata	8,02	6,00
Kapitalna ulaganja	58,28	47,96
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	80,96	-115,22

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

Zahvaljujući padu neto duga od 19,29 milijuna kuna na kraju prvog polugodišta 2017. godine u odnosu na kraj 2016. godine, odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug pao je za 99 baznih bodova. Zaduženost mjerena odnosom neto duga i EBITDA u odnosu na kraj 2016. godine pala je s 3,17 na 2,99 na kraju prvog polugodišta 2017. godine. Istovremeno je pokriće troška kamata s EBITDA naraslo s 6,00 na 8,02, a novčani tok iz poslovnih aktivnosti narastao je na 80,96 milijuna kuna.

STRUKTURA PASIVE BILANCE ATLANTIC GRUPE NA DAN 30. LIPNJA 2017. GODINE



FINANCIJSKI POKAZATELJI

U PRVOM POLUGODIŠTU 2017. GODINE

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

Kao što smo naveli u objavi rezultata prvog kvartala 2017. godine, do rasta novčanog toka iz poslovnih aktivnosti u prvom polugodištu 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 polugodištu 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 Pića: ulaganje u novu liniju za čvrsto pakiranje Cedevite;
- SPP SLATKO I SLANO: ulaganje u obnovu upravne zgrade, novu liniju za proizvodnju Bananice te povećanje efikasnosti proizvodnje;
- SPP KAVA: nabava espresso te Coffee2GO aparata, ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje;
- PP Gourmet: ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje;
- IT: implementacija poslovnih aplikacija.

Prema odluci Glavne skupštine održane 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 45 milijuna kuna, koja je realizirana u srpnju 2017.

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.

Navedena očekivanja ne uključuju jednokratnu dobit koja će se ostvariti realizacijom ugovora s Aminolabsom, a koja bi trebala iznositi oko 50 milijuna kuna.

KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJ
ZA PRVO POLUGODIŠTE 2017. GODINE

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
ŠESTOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2017.
(NEREVIDIRANO)**

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2017	Sij.-Lip. 2016	Indeks	Tra.-Lip. 2017	Tra.-Lip. 2016	Indeks
Ukupan prihod	2.525.109	2.486.886	101,5	1.396.707	1.324.460	105,5
Prihod od prodaje	2.505.275	2.456.581	102,0	1.384.088	1.301.339	106,4
Ostali prihodi	19.834	30.305	65,4	12.619	23.121	54,6
Poslovni rashodi	(2.243.577)	(2.227.134)	100,7	(1.224.103)	(1.168.609)	104,7
Nabavna vrijednost prodane robe	(591.198)	(603.924)	97,9	(329.367)	(300.926)	109,5
Promjena vrijednosti zaliha	20.285	22.118	91,7	7.917	19.332	41,0
Proizvodni materijal i energija	(853.385)	(825.274)	103,4	(462.009)	(446.695)	103,4
Usluge	(196.631)	(198.510)	99,1	(103.540)	(107.102)	96,7
Troškovi osoblja	(385.086)	(377.939)	101,9	(199.410)	(194.447)	102,6
Troškovi marketinga i prodaje	(163.622)	(169.217)	96,7	(95.824)	(97.452)	98,3
Ostali troškovi	(88.027)	(82.657)	106,5	(47.667)	(41.462)	115,0
Ostali dobiti - neto	14.087	8.269	170,4	5.797	143	4.053,8
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	281.532	259.752	108,4	172.604	155.851	110,7
Amortizacija i umanjenje vrijednosti dugotrajne imovine	(77.419)	(67.521)	114,7	(38.747)	(33.455)	115,8
Dobit iz poslovanja	204.113	192.231	106,2	133.857	122.396	109,4
Rashodi od financiranja - neto	(9.376)	(27.357)	34,3	(5.485)	(14.473)	37,9
Dobit prije poreza	194.737	164.874	118,1	128.372	107.923	118,9
Porez na dobit	(40.343)	(31.167)	129,4	(26.347)	(19.416)	135,7
Neto dobit	154.394	133.707	115,5	102.025	88.507	115,3
Pripada:						
Manjinskim udjelima	316	214	147,7	212	314	67,5
Dioničarima Društva	154.078	133.493	115,4	101.813	88.193	115,4
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja						
- osnovna	46,24	40,04		30,56	26,45	
- razrijeđena	46,24	40,04		30,56	26,45	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2017	Sij.-Lip. 2016	Indeks	Tra.-Lip. 2017	Tra.-Lip. 2016	Indeks
Neto dobit	154.394	133.707	115,5	102.025	88.507	115,3
Zaštita novčanog toka	(20.466)	(4.092)	500,1	(13.726)	6.129	(224)
Tečajne razlike	(26.922)	(50.361)	53,5	12.411	(9.251)	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit	107.006	79.254	135,0	100.710	85.385	117,9
Pripada:						
Manjinskim udjelima	245	175	140,0	199	311	64
Dioničarima Društva	<u>106.761</u>	<u>79.079</u>	<u>135,0</u>	<u>100.511</u>	<u>85.074</u>	<u>118,1</u>
Ukupno sveobuhvatna dobit	107.006	79.254	135,0	100.710	85.385	117,9

KONSOLIDIRANA BILANCA

u tisućama kuna, nerevidirano	30. lipnja 2017.	31. prosinca 2016.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.059.765	1.082.059
Ulaganje u nekretnine	1.213	1.259
Nematerijalna imovina	1.736.204	1.756.217
Odgođena porezna imovina	41.324	47.293
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	1.008	915
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	75.759	59.102
	2.915.273	2.946.845
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	689.765	623.318
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.274.424	1.300.568
Potraživanja za porez na dobit	19.839	10.326
Derivativni financijski instrumenti	-	18.139
Dani depoziti	250	227
Novac i novčani ekvivalenti	466.362	490.730
	2.450.640	2.443.308
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	5.382	5.687
Ukupno kratkotrajna imovina	2.456.022	2.448.995
UKUPNO IMOVINA	5.371.295	5.395.840
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisane dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.051	881.489
Vlastite dionice	(1.863)	(88)
Pričuve	(175.459)	(80.964)
Zadržana dobit	1.233.065	1.079.698
	2.070.166	2.013.507
Manjinski interesi	3.226	2.981
Ukupno kapital	2.073.392	2.016.488
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	1.291.701	1.422.605
Odgođena porezna obveza	163.735	171.811
Ostale dugoročne obveze	6.531	6.673
Rezerviranja	57.370	58.036
	1.519.337	1.659.125
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.080.287	1.073.996
Obveze po primljenim kreditima	650.638	588.539
Derivativni financijski instrumenti	7.033	-
Tekuća obveza poreza na dobit	27.414	9.231
Rezerviranja	13.194	48.461
	1.778.566	1.720.227
Ukupne obveze	3.297.903	3.379.352
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.371.295	5.395.840

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
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	133.493	133.493	214	133.707
Zaštita novčanog toka	-	(4.092)	-	(4.092)	-	(4.092)
Ostala sveobuhvatna dobit	-	(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
Stanje 1. siječnja 2017	1.014.773	(80.964)	1.079.698	2.013.507	2.981	2.016.488
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	154.078	154.078	316	154.394
Zaštita novčanog toka	-	(20.466)	-	(20.466)	-	(20.466)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(26.851)	-	(26.851)	(71)	(26.922)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(47.317)	154.078	106.761	245	107.006
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	(1.001)	(1.001)	-	(1.001)
Otkup vlastitih dionica	(7.431)	-	-	(7.431)	-	(7.431)
Isplata s temelja dionica	5.218	-	-	5.218	-	5.218
Transfer	-	(47.178)	47.178	-	-	-
Dividenda za 2016. godinu	-	-	(46.888)	(46.888)	-	(46.888)
Stanje 30. lipnja 2017	1.012.560	(175.459)	1.233.065	2.070.166	3.226	2.073.392

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Lipanj 2017.	Siječanj - Lipanj 2016.
Novčani tok iz/(korišten za) poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	154.394	133.707
Porez na dobit	40.343	31.167
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	77.419	67.521
Dobit od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(1.686)	817
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	13.828	8.096
Tečajne razlike - neto	(25.378)	(25.703)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(35.933)	(35.695)
Dobici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(10.728)	(4.864)
Isplate s temelja dionica	5.218	1.160
Prihodi od kamata	(2.201)	(1.778)
Rashodi od kamata	35.104	43.283
Ostale nenovčane promjene, neto	(4)	(110)
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(75.137)	(109.964)
Smanjenje / (povećanje) kratkoročnih potraživanja	2.545	(115.124)
Povećanje / (smanjenje) kratkoročnih obveza	3.872	(31.711)
Novac generiran poslovanjem	181.656	(39.198)
Plaćene kamate	(72.978)	(46.614)
Plaćeni porez	(27.718)	(29.410)
	80.960	(115.222)
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(58.276)	(47.956)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji	2.795	43.677
Primici od prodaje imovine	18.750	-
Dani depoziti i krediti	(18.401)	(2.810)
Primici od danih kredita i depozita	1.087	1.544
Primljene kamate	2.003	1.308
	(52.042)	(4.237)
Novčani tok (korišten za)/iz financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(7.431)	(1.076)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	90.377	151.740
Otplata primljenih kredita	(132.638)	(227.493)
Izdavanje obveznica	-	200.000
Otkup obveznica	-	(28.002)
Plaćeni porez po odbitku na povučenu dobit unutar Grupe	(1.904)	(2.649)
Stjecanje udjela u ovisnom društvu od manjinskog interesa	(1.690)	-
	(53.286)	92.520
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	(24.368)	(26.939)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	490.730	365.692
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	466.362	338.753

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 2017. odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 26. srpnja 2017. 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 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.

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, Bosni i Hercegovini 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.	Sij. - Lip.
<i>(u tisućama kuna)</i>	2017	2016
SPP Pića	338.036	319.622
SPP Kava	503.552	493.385
SPP Slatko i slano	315.195	302.489
SPP Delikatesni namazi	270.265	253.134
SPP Sportska i aktivna prehrana	201.385	257.364
SPP Zdravlje i njega	287.151	266.198
SDP Hrvatska	471.389	445.438
SDP Zona Zapad	234.968	274.491
SDP Srbija	526.088	515.180
DP Slovenija	347.589	351.782
Ostali segmenti	414.398	370.288
Usklada	(1.404.741)	(1.392.790)

¹ Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

Ukupno	2.505.275	2.456.581
---------------	------------------	------------------

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati <i>(u tisućama kuna)</i>	EBITDA ²	
	Sij. - Lip. 2017	Sij. - Lip. 2016
SPP Pića	84.512	97.788
SPP Kava	97.440	91.780
SPP Slatko i slano	59.816	60.772
SPP Delikatesni namazi	67.172	63.548
SPP Sportska i aktivna prehrana	(4.538)	(11.483)
SPP Zdravlje i njega	25.884	21.719
SDP Hrvatska	11.120	4.821
SDP Zona zapad	(17.444)	(10.149)
SDP Srbija	9.215	4.932
DP Slovenija	17.172	16.927
Ostali segmenti	(68.817)	(80.903)
Ukupno	281.532	259.752

² Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu

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>)	154.078	133.493
Prosječno ponderirani broj dionica	3.332.312	3.334.013
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	46,24	40,04

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 2017. godine, Grupa je uložila 58,276 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2016.: 47.956 tisuća kuna).

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

BILJEŠKA 6 – ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2017. godine Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 8.690 tisuća kuna (2016.: 5.647 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 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 44.984 tisuće kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju te je na dan 30. lipnja 2017. godine obveza za dividendu iskazana u bilanci unutar pozicije Obveze prema dobavljačima i ostale obveze.

BILJEŠKA 8 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 30. lipnja 2017. godine i 31. prosinca 2016. godine i stavke računa dobiti i gubitka za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja su kako slijedi:

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>30. lipnja 2017</u>	<u>31. prosinca 2016</u>
POTRAŽIVANJA		
Dani dugoročni krediti		
Dioničari	17.214	-
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	108.278	98.322
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima		
Dioničari	51.937	44.954
Ostale povezane stranke	1.262	3.906
	<u>53.199</u>	<u>48.860</u>
PRIHODI	<u>Sij.-Lip. 2017</u>	<u>Sij.-Lip. 2016</u>
Prihodi od prodaje robe		
Ostale povezane stranke	237.651	231.150
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	476	304
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	6.171	5.750
Ostali troškovi		
Ostale povezane stranke	1.078	1.070
Neto rashodi od financiranja		
Dioničari	6.784	-

BILJEŠKA 9 – DOGAĐAJI NAKON DATUMA BILANCE

U svrhu daljnjeg restrukturiranja i pojednostavljivanja poslovanja segmenta sportske i aktivne prehrane, te fokusa na vlastite brendove, Atlantic Grupa je odlučila prodati tvornice u Njemačkoj (Bleckede) i Hrvatskoj (Nova Gradiška) i s njima povezanu uslužnu proizvodnju za treće strane (private label) belgijskoj tvrtki Aminolabs Group, dok će strateški brandovi Multipower, Champ i Multaben biti izdvojeni u zasebnu poslovnu jedinicu te ostaju u 100 postotnom vlasništvu Atlantic Grupe. Vrijednost transakcije iznosi do 200 milijuna kuna od čega isplata 150 milijuna kuna slijedi po potpisivanju ugovora, dok će ostatak biti isplaćen kroz naredne dvije godine. Dovršetak transakcije očekuje se u zadnjem kvartalu ove godine.



Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 27. srpnja 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 30. lipnja 2017. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva.

Izvešće posloводства za razdoblje okončano 30. lipnja 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

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