

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE
(nerevidirano)

Zagreb, 30. travnja 2019. godine

KOMENTAR PREDsjedNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	7
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	13
FINANCIJSKI POKAZATELJI	14
OČEKIVANJA	16
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	18



Komentirajući finansijska ostvarenja u prvom tromjesečju 2019. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa odlično je započela još jednu poslovnu godinu. Nakon izvrsne 2018. godine, u kojoj su ostvareni mnogi rekordi u poslovanju kompanije, izvještaji iz prvog kvartala potvrđuju da smo i u 2019. godini na tragu ostvarenja najavljenih poslovnih očekivanja. Na svim značajnim tržištima ostvarili smo zavidan rast prihoda od prodaje uz nastavak ulaganja u vlastite brendove, logističko-distribucijske operacije te inovativne poslovne procese.

Nakon odličnih rezultata ostvarenih širenjem distribucijskog portfelja prošle godine, novi distribucijski ugovor s renomiranom internacionalnom kompanijom na početku 2019. potvrđuje kontinuirani fokus na razvoj distribucijskog segmenta kompanije. Istovremeno je nastavljeno najavljeno dezinvestiranje nestrategičkih poslovnih operacija sklapanjem ugovora o prodaji Strateškog poslovnog područja Sportske i aktivne prehrane.

Daljnje smanjenje zaduženosti i značajno niži finansijski troškovi omogućuju nam da se usredotočimo na još ambicioznije planiranje budućeg rasta.“



KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE



PRVI KVARTAL U ZNAKU RASTA PRIHODA I PROFITABILNOSTI

- **PRIHODI** OD PRODAJE U IZNOSU OD 1.200,9 MILIJUNA KUNA
+ 5,1% u odnosu na prvi kvartal 2018. godine
- **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA)** OD 161,8 MILIJUNA KUNA, BEZ MSFI 16 NAJMOVI 140,9 MILIJUNA KUNA
+ 16,2% u odnosu na prvi kvartal 2018. godine bez utjecaja MSFI 16 Najmovi
- **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA** OD 105,1 MILIJUNA KUNA (**EBIT**), BEZ MSFI 16 NAJMOVI 104,0 MILIJUNA KUNA
+ 23,0% u odnosu na prvi kvartal 2018. godine bez utjecaja MSFI 16 Najmovi
- **NETO DOBIT** NAKON MANJINSKIH INTERESA OD 80,9 MILIJUNA KUNA, BEZ MSFI 16 NAJMOVI 82,3 MILIJUNA KUNA
+33,7% u odnosu na prvi kvartal 2018. godine bez utjecaja MSFI 16 Najmovi

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG KVARTALA 2019. GODINE

Ključni pokazatelji	1.-3. 2019.	1.-3. 2019. bez MSFI 16	1.-3. 2018.	1.-3. 2019. bez MSFI 16/ 1.-3. 2018.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	1.200,9	1.200,9	1.142,6	5,1%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	1.213,0	1.213,0	1.154,1	5,1%
EBITDA marža	13,5%	11,7%	10,6%	+112 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	80,9	82,3	61,6	33,7%
Pokazatelj zaduženosti*	32,6%	24,3%	26,5%**	-212 bb

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu.

* Pokazatelj zaduženosti = Neto dug / (Ukupni kapital + Neto dug). ** Pokazatelj 26,5% se odnosi na dan 31.12.2018. godine.

*** 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 2018. godine, osim usvojenog novog standarda – MSFI 16 Najmovi koji je na snazi od 1. siječnja 2019. godine.

1. DEZINVESTIRANJE POSLJEDNJEG DIJELA SPORTSKE I AKTIVNE PREHRANE

Početak travnja Atlantic Grupa je s dugogodišnjim partnerom u distribuciji sportske i aktivne prehrane, društvom Genuport Trade GmbH, Hamburg, Njemačka, sklopila ugovor o prodaji društva Tripoint koji uključuje brendove Multipower, Champ i Multaben. Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana ostvarilo je u 2018. godini 133,7 milijuna kuna prihoda, odnosno 2,5 posto ukupnih prihoda od prodaje Atlantic Grupe, te 64,3 milijuna kuna gubitka prije kamata, poreza i amortizacije. Atlantic Grupa nastavlja s distribucijom proizvoda iz ovog portfelja na tržištima Hrvatske, Austrije, Italije i Srbije. Navedena transakcija rezultirala je jednokratnim gubitkom od prodaje u visini od 3,3 milijuna kuna.

Nastavak je to korporativne strategije prodaje ne-strateških poslovnih operacija u okviru koje su već prethodno dezinvestirana proizvodna postrojenja sportske i aktivne prehrane belgijskom Aminolabsu krajem 2017. godine.

Njemačka kompanija Genuport kao dosadašnji distributer brendova Multipower, Champ i Multaben u Njemačkoj s odličnim poznavanjem tržišta je bila logičan izbor za partnera u ovom procesu. Genuport je jedna od vodećih njemačkih distribucijskih kompanija s dugom referentnom listom partnerskih kompanija poput Wandera, Mondeleza, Snyder's Lancea, Weetabixa i mnogih drugih.

2. NOVI LOGISTIČKO-DISTRIBUCIJSKI CENTAR U HRVATSKOJ

Krajem ožujka Atlantic Grupa službeno je otvorila novi, suvremeno opremljeni logističko-distribucijski centar kraj Velike Gorice, kojim osigurava adekvatnu logističku podršku dugoročnom razvoju distribucijskog poslovanja.

Novoizgrađeni objekt objedinjuje ukupne skladišne kapacitete Atlantic Grupe na području Zagreba i središnji je logistički centar za hrvatsko tržište. Investicija u izgradnju i opremanje vrijedna oko 20 milijuna eura realizirana je u suradnji sa strateškim partnerom, tvrtkom Kamgrad, u roku od samo sedam mjeseci. Ono što projekt čini osobito zanimljivim jesu njegove ambicije u području digitalizacije skladišnog poslovanja pa je novi logističko distribucijski centar i pravi poligon za nove tehnologije koje su već ugrađene ili su u procesu implementacije, poput autonomnih logističkih robota.

U prvoj fazi osiguran je skladišni kapacitet od 30.000 paletnih mjesta, a moderan visokoregalni objekt ima i mogućnost dodatnog modularnog širenja u skladu s poslovnim potrebama, čime se osigurava dugoročna održivost i podrška daljnjem razvoju distribucijske djelatnosti.

3. IMPLEMENTACIJA SAP-A U OPERACIJE SDP SRBIJA

Početak 2019. godine ostvaren je uspješan početak rada SAP sustava u Strateškom distribucijskom području Srbija čija je implementacija trajala tijekom većeg dijela 2018. godine. Projekt Implementacija SAP-a, uključujući i aplikaciju za mobilnu prodaju, aplikaciju za upravljanje marketinškim troškovima, Cognos BI rješenja, uz integraciju s postojećim rješenjima za upravljanje skladištem, rutiranjem, upravljanjem fakturama i sustavom upravljanja ljudskim resursima donosi na tržište Srbije brojne inovativne poslovne procese i unapređenja.

U sklopu ovog projekta naglasak je stavljen na unifikaciju poslovnih procesa pa je implementacija izvršena na tržištu Hrvatske korištena kao referentni model.

4. NOVI DISTRIBUCIJSKI UGOVOR

Atlantic Grupa je sredinom ožujka dogovorila suradnju u distribuciji na području Makedonije s Beiersdorfom, globalnim kozmetičkim proizvođačem brendova za osobnu njegu. Portfelj proizvoda koji ulazi u distribucijski asortiman Distribucijskog područja Makedonija, drži vodeće pozicije u kategorijama osobne njege – njege lica, njege tijela, njege usana, univerzalnih krema za njegu kože te kozmetike namijenjene muškarcima. Tako će distribucijski portfelj Atlantic Grupe na makedonskom tržištu biti proširen za globalno poznate brendove Nivea, Labello, Hansaplast i Atrix. Ukupna vrijednost očekivane godišnje prodaje je više od 4 milijuna eura.

Distribucijsko poslovanje važna je poluga razvoja ukupnog poslovanja Atlantic Grupe i strategije kompanije, što potvrđuje i ovaj posljednji dogovor o suradnji s Beiersdorfom. Nakon odličnih rezultata ostvarenih širenjem portfelja suradnjom s Red Bullom u Srbiji, Mars grupom u Hrvatskoj, Hippom u Makedoniji prošle godine, novi distribucijski ugovor na početku 2019. potvrđuje deklariranu strategiju razvoja kompanije.

S Niveom u distribucijskom portfelju, Atlantic Grupa ima 6 među top 10 regionalnih brendova prema Valicon istraživanju.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE



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

(u milijunima kuna)	1.-3. 2019.	1.-3. 2018.	1.-3. 2019./ 1.-3. 2018.
SPP Kava	239,1	243,2	(1,7%)
SPP Pića	157,6	143,8	9,6%
SPP Slatko i slano	157,4	162,8	(3,3%)
SPP Zdravlje i njega	157,3	158,3	(0,6%)
SPP Delikatesni namazi	160,9	140,3	14,7%
SPP Sportska i aktivna prehrana	33,2	35,8	(7,2%)
SDP Hrvatska	276,5	243,1	13,7%
SDP Srbija	275,4	267,4	3,0%
SDP Slovenija	210,9	208,7	1,0%
Globalno upravljanje mrežom distributera	87,7	85,4	2,7%
Ostali segmenti*	72,6	66,8	8,7%
Usklada**	(627,8)	(613,0)	n/p
Prihod od prodaje	1.200,9	1.142,6	5,1%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu.

Atlantic Grupa je u prvom tromjesečju 2019. godine ostvarila 1,2 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 5,1% u odnosu na prvo tromjesečje 2018. godine. Rast prihoda dolazi nastavno na izvrsne prodajne rezultate Strateškog poslovnog područja Pića, Strateškog poslovnog područja Delikatesni namazi i skoro svih distribucijskih područja.

Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja i Poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja (SPP) ili Poslovnog područja (PP), bilo kroz Strateška distribucijska područja (SDP), Distribucijska područja (DP) i Globalno upravljanje mrežom distributera (GUMD)) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja, Distribucijskih područja i Globalnog upravljanja mrežom distributera obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2018. godinu.

* Ostali Segmenti uključuju DP Austriju, DP Makedoniju te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata.

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE



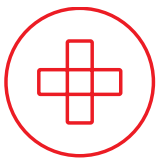
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA zabilježilo je pad prihoda od prodaje primarno na tržištima Slovenije te Bosne i Hercegovine, koji je u većoj mjeri nadoknađen rastom na tržištima Srbije i Hrvatske. Pritom valja uzeti u obzir da se efekt kasnijeg Uskrsa u odnosu na prošlu godinu najviše odrazio na ostvarenje brenda Barcaffè u Sloveniji, dok je u Bosni i Hercegovini viša razina zaliha kod vanjskog distributera pomaknula nove narudžbe brenda Grand kafa na početak drugog kvartala. Posljedično su u segmentu svježije pržene mljevene kave pad zabilježili brandovi Barcaffè i Grand kafa, dok je Bonito zabilježio rast od 1,5%. Barcaffè s espresso kavom i dalje bilježi rast u regionalnom HoReCa kanalu. Grand kafa na domicilnom srpskom tržištu bilježi rast prodaje u kategoriji svježije pržena mljevena kava.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA zabilježilo je značajan rast prihoda na svim većim tržištima, pri čemu su najveći rast ostvarila tržišta Hrvatske, Slovenije, Srbije te Crne Gore. Rast je zabilježen u oba prodajna kanala, maloprodajnom i HoReCa kanalu. Rast prihoda ostvarili su recepturno i vizualno osvježena Cockta, vitaminski instant napitak Cedevida te vode pod brendovima Kala i Kalnička dok je funkcionalno piće Donat Mg zabilježilo pad prihoda. Brend Cedevida ove godine slavi 50. rođendan te je tim povodom predstavljena nova kampanja kao dio nove kreativne platforme „Okus Generacije CE“ koja je lansirana sredinom ožujka. Cockta je početkom ožujka lansirala novi proizvod pod nazivom Cockta Free vođena činjenicom sve bržeg rasta trenda potrošnje gaziranih pića bez šećera te sve većim trendom zdravijeg načina života.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO zabilježilo je pad prihoda od prodaje kao posljedica pada prodaje u Srbiji, gdje ovo poslovno područje ostvaruje gotovo dvije trećine prihoda, te na tržištu Kosova. Slično kao i kod Kave, na ostvarene prodajne rezultate negativno je utjecala činjenica kasnijih Uskršnjih blagdana. Navedeni pad je djelomično ublažen ostvarenjima na tržištu Bosne i Hercegovine, koje je raslo 5,9%, potaknuto kategorijama flipsa i čokolade. Promatrajući cijelo područje, u slanom segmentu najveći rast prihoda od prodaje od 4,1% zabilježen je u kategoriji flipsa pod brendom Smoki, dok u slatkom segmentu brand Najlepše želje u kategoriji čokolada bilježi rast od 4,2%. Pad prihoda od prodaje ovog područja primarno je uzrokovan padom prodaje u kategorijama keksa i napolitanki uslijed pojačane konkurencije te strateškog izlaska iz kategorija čipsa. Pad na tržištu Kosova primarno je uvjetovan carinskim sukobom između Kosova i Srbije, a nastavno na značajno povećanje carina na uvoz robe iz Srbije.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA zabilježilo je pad prihoda primarno na tržištima Rusija i ZND kao posljedica pada prihoda od prodaje brenda Multivita te dječje hrane pod brendom Bebi. Navedeni pad prihoda u većoj je mjeri nadoknađen rastom prihoda na hrvatskom tržištu, koje je ujedno i najznačajnije, te svim ostalim tržištima regije. Pritom je zabilježen rast prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, te dodataka prehrani pod brendom Dietpharm od 11%. Ukoliko isključimo utjecaj pada prihoda od prodaje dječje hrane, prodaja ovog područja je rasla 3,0%.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI dvoznamenkasti rast prihoda ostvaruje na krilima izvrsnih poslovnih rezultata na svim regionalnim tržištima (Bosna i Hercegovina, Slovenija, Hrvatska, Srbija i Crna Gora) te zahvaljujući rastu prodaje u Njemačkoj, Švicarskoj i Austriji. Kod delikatesnih namaza pod brendom Argeta rast je ostvaren u segmentu mesnih i ribljih namaza, a obećavajuće rezultate pokazuju i povrtni namazi. S obzirom da je od početka 2019. godine segment Gourmet pripojen ovom području, valja istaknuti da brend Bakina Tajna bilježi rast prihoda od prodaje od 6,6% primarno zahvaljujući kategoriji ajvara.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA zabilježilo je pad prihoda od prodaje primarno uzrokovan brendom Champ, dok Multipower bilježi blaži rast prodaje. S obzirom da je ovo područje dezinvestirano, od drugog kvartala 2019. godine Atlantic Grupa će registrirati samo principalsku prodaju brenda Multipower na tržištima Austrije, Hrvatske, Italije i Srbije, budući da nastavlja s distribucijskim aktivnostima na navedenim tržištima.



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA dvoznamenkasti rast prodaje ostvarilo je na krilima rasta kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Vlastiti brendovi su ostvarili rast u većini kategorija, a prednjače Cedevita i Cockta u segmentu pića, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te Barcaffè iz segmenta kave. Kod principalskih brendova najveći rast ostvario je novi principal Mars te dugogodišnji principal Ferrero. Dvoznamenkasti rast prihoda ostvario je HoReCa kanal, zahvaljujući odličnoj prodaji receptno osvježene i vizualno redizajnirane Cockte te vitaminskog instant napitka Cedevita.

Rast **STRATEŠKOG DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SRBIJA** temelji se na rastu prihoda od prodaje vlastitih i principalskih brendova. Rast vlastitih brendova ostvaren je u većini kategorija, pri čemu prednjače svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa i Bonito, Najlepše želje iz segmenta slatko i slano, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te Cockta iz segmenta pića. Od principalskih brendova, najveći rast dolazi od novog principala Red Bull. HoReCa kanal ostvario je rast od čak 21,1%, pretežno zahvaljujući rastu prihoda od redizajnirane Cockte, Barcaffè espresso te novog principala Red Bull.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA ostvarilo je blagi rast pri čemu je rast prihoda brendova Cockta i Cedevita u segmentu pića, delikatesnih namaza pod brendom Argeta i principalskih brendova Ferrero i Rauch nadoknadio pad brenda Barcaffè u kategoriji svježe pržene mljevene kave. HoReCa segment nastavlja rasti ponajviše zahvaljujući uspjehu redizajnirane Cockte, Cedevite te espresso kave pod brendom Barcaffè.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA zabilježilo je rast prodaje na tržištima Njemačke, Švicarske, Italije i Francuske. Najveći rast zabilježili su delikatesni namazi pod brendom Argeta te kategorija dječjih cerealia pod brendom Bebi.

OSTALI SEGMENTI bilježe rast prihoda primarno zahvaljujući distribucijskom području Makedonija koje je pak nadoknadio pad prihoda od prodaje u distribucijskom području Austrija.

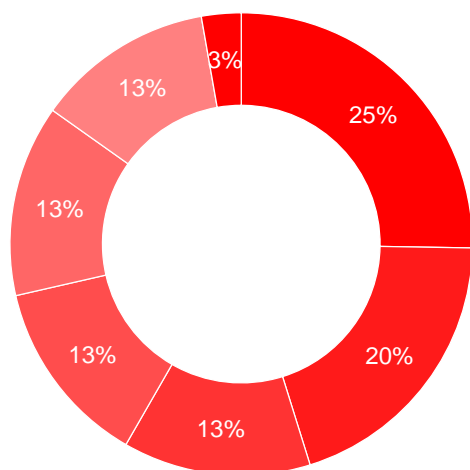
DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA ostvarilo je rast prihoda zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova, pri čemu se od vlastitih ističu Cedevita u segmentu pića i Smoki u kategoriji flipsa, dok kod principalskih brendova najveći rast dolazi od novog principala Hippa.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA zabilježilo je pad prihoda prvenstveno u segmentu kave te sportske i aktivne prehrane. Unutar DP Austrija najviše su rasli delikatesni namazi pod brendom Argeta, pri čemu je rast iznosio 12,9%.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE

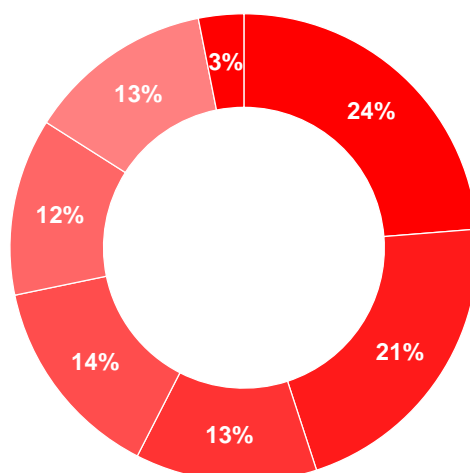
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

1.-3. 2019.



- Principalski brendovi 25,3%
- Kava 19,9%
- Pića 13,1%
- Slatko i slano 13,1%
- Delikatesni namazi 13,4%
- Zdravlje i njega 12,4%
- Sportska i aktivna prehrana 2,8%

1.-3. 2018.



- Principalski brendovi 23,7%
- Kava 21,2%
- Pića 12,6%
- Slatko i slano 14,2%
- Delikatesni namazi 12,3%
- Zdravlje i njega 12,9%
- Sportska i aktivna prehrana 3,1%

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-3. 2019.	% prihoda od prodaje	1.-3. 2018.	% prihoda od prodaje	1.-3.2019./ 1.-3.2018.
Hrvatska	399,7	33,3%	357,6	31,3%	11,8%
Srbija	280,9	23,4%	272,5	23,9%	3,1%
Slovenija	211,3	17,6%	208,9	18,3%	1,2%
Bosna i Hercegovina	98,1	8,2%	94,2	8,2%	4,1%
Ostala tržišta regije*	76,6	6,4%	72,5	6,3%	5,6%
Ključna europska tržišta**	74,9	6,2%	67,4	5,9%	11,1%
Rusija i ZND	35,1	2,9%	41,7	3,7%	(15,9%)
Ostala tržišta	24,4	2,0%	27,7	2,4%	(12,1%)
Prihod od prodaje	1.200,9	100,0%	1.142,6	100,0%	5,1%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

**Ključna europska tržišta: Njemačka, Švicarska, Austrija, Švedska

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2018. godinu

TRŽIŠTE HRVATSKE ostvarilo je rast prodaje od čak 11,8% zahvaljujući rastu prihoda od: (i) vlastitih brendova pri čemu su rast ostvarili brendovi Cockta i Cedevita u segmentu pića te Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (ii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero i novi principal Mars te (iii) ljekarničkog lanca Farmacia.

TRŽIŠTE SRBIJE zabilježilo je rast prihoda od 3,1% nastavno na prodajne rezultate vlastitih brendova, koji su ostvareni zahvaljujući rastu prihoda (i) u segmentu pića pod brendovima Cedevita i Cockta, (ii) svježe pržene mljevene kave pod brendovima Grand kafa i Bonito, (iii) Argete u segmentu delikatesnih namaza te (iv) brenda Dietpharm u segmentu zdravlje i njega. Od principalskih brendova rast dolazi od novog principala Red Bull.

Rast prihoda od 1,2% na TRŽIŠTU SLOVENIJE ostvaren je nastavno na rast prihoda: (i) Cedevite i Cockte u kategoriji pića, (ii) Argete u kategoriji delikatesnih namaza te (iii) principalskih brendova Ferrero i Rauch. Unatoč rastu navedenih segmenata, zabilježen je nešto niži rast s obzirom na pad prodaje svježe pržene mljevene kave pod brendom Barcaffè.

Na TRŽIŠTU BOSNE I HERCEGOVINE rast prihoda od 4,1% ostvaren je zahvaljujući rastu prodaje: (i) delikatesnih namaza pod brendom Argeta, (ii) čokolada pod brendom Najlepše želje i flipsa pod brendom Smoki iz asortimana slatko i slano te (iii) brenda Dietpharm u segmentu zdravlje i njega.

Rast prihoda od 5,6% na OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE ostvaren je zahvaljujući rastu prihoda na tržištu Makedonije i Crne Gore čime je nadoknađen pad na tržištu Kosova primarno uvjetovan carinskim sukobom između Kosova te Srbije i Bosne i Hercegovine, a nastavno na značajno povećanje carina na uvoz robe iz Srbije i Bosne i Hercegovine na Kosovo.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE

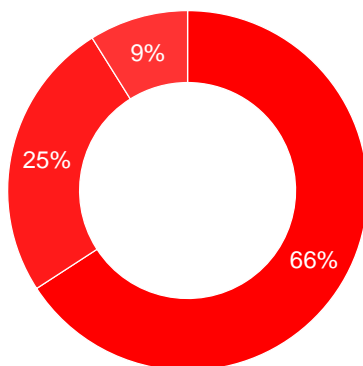
Do značajnog rasta prodaje od 11,1% na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA dolazi uslijed rasta prodaje na tržištima Njemačke i Švicarske uzrokovanog prvenstveno rastom prodaje u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta.

Pad prihoda na TRŽIŠTU RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA prvenstveno je uzrokovan padom prihoda od prodaje brenda Multivita te dječje hrane pod brendom Bebi, koji je djelomično nadoknađen rastom prihoda od funkcionalnog pića Donat Mg i delikatesnih namaza pod brendom Argeta.

OSTALA TRŽIŠTA bilježe pad prihoda uslijed pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane. Delikatesni namazi pod brendom Argeta zabilježili su rast od 20,8%.

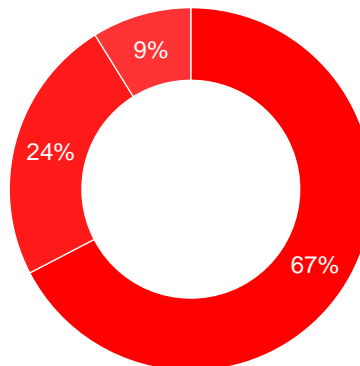
PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

1.-3. 2019.



- Vlastiti brendovi 65,8%
- Principalski brendovi 25,3%
- Farmacia 8,9%

1.-3. 2018.



- Vlastiti brendovi 67,4%
- Principalski brendovi 23,8%
- Farmacia 8,8%

VLASTITI BRENDOVI su u prvom tromjesečju 2019. godine ostvarili rast prihoda od 2,7% u odnosu na isto razdoblje prošle godine te su iznosili 790,6 milijuna kuna. Rastu su najviše doprinijeli: (i) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (ii) Cockta i Cedevita u segmentu pića te (iii) Smoki i Najlepše želje u segmentu slatko i slano.

PRINCIPALSKI BRENDOVI su s 303,4 milijuna kuna ostvarili rast prihoda od prodaje od 11,7%. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrero, Hipp i Rauch te novim principalima uključujući Mars u Hrvatskoj, Red Bull u Srbiji i Hipp u Makedoniji.

Ljekarnički lanac FARMACIA ostvario je prihode u visini od 106,9 milijuna kuna što predstavlja rast od 5,7% u odnosu na prvo tromjesečje 2018. godine, zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija. Početkom travnja 2019. godine otvorena je jedna nova prodajna lokacija te danas Farmacia broji 86 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	1.-3. 2019.	1.-3. 2019. bez MSFI 16	1.-3.2018.	1.-3.2019.bez MSFI 16/ 1.-3.2018.
Prihod od prodaje	1.200,9	1.200,9	1.142,6	5,1%
EBITDA	161,8	140,9	121,3	16,2%
EBIT	105,1	104,0	84,6	23,0%
Neto dobit	80,7	82,1	61,7	33,2%
Profitne marže				
EBITDA marža	13,5%	11,7%	10,6%	+112bb
EBIT marža	8,8%	8,7%	7,4%	+126bb
Neto profitna marža	6,7%	6,8%	5,4%	+144bb

Atlantic Grupa je u prvom tromjesečju 2019. godine ostvarila **EBITDA** u iznosu od 161,8 milijuna kuna, odnosno 140,9 milijuna kuna bez utjecaja novog standarda – MSFI 16 Najmovi, što predstavlja usporedivi rast od 16,2% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Na rast EBITDA najveći utjecaj je imao rast prodaje u strateškim poslovnim područjima Pića i Delikatesni namazi te većine distribucijskih područja, a unatoč rastu troškova trgovačke robe, troškova osoblja i troškova marketinga. Atlantic Grupa bilježi rast neto dobiti od 33,2% uslijed nižih troškova kamata, a nastavno na kontinuirano razduživanje kompanije.

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 2018. godine, osim usvojenog novog standarda – MSFI 16 Najmovi koji je na snazi od 1. siječnja 2019. godine.

Grupa je primijenila pojednostavljeni prijelazni pristup tranzicije te nije prepravila usporedne iznose za godinu prije prvog usvajanja. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam prostora vrednuje se na način kao da su se nova pravila primjenjivala oduvijek. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam ostale imovine vrednuje se u visini obveze za najam nakon usvajanja standarda (usklađeno za sve unaprijed plaćene ili obračunate troškove najma).

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM KVARTALU 2019. GODINE

FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	31.3.2019	31.12.2018
Neto dug	798,7	862,9
Ukupna imovina	4.972,8	4.935,3
Ukupno kapital i rezerve	2.483,4	2.398,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,44	1,44
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	24,3%	26,5%
Neto dug/EBITDA 12M	1,4	1,5
(u milijunima kuna)	1.-3. 2019.	1.-3. 2018.
Pokriće troška kamata	21,7	8,4
Kapitalna ulaganja	75,1	66,7
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	136,3	146,9

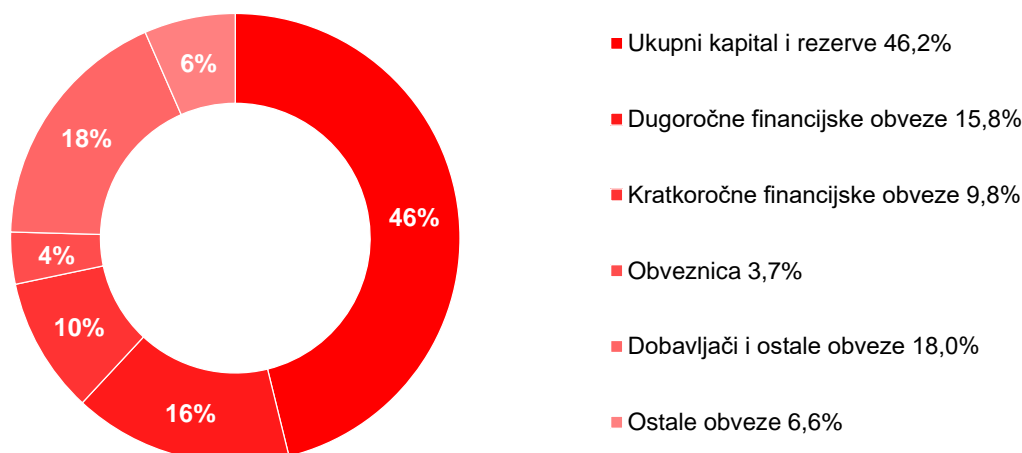
12M = Pokazatelj za posljednjih 12 mjeseci

* Stavke bilance i financijski pokazatelji su zbog nepraktičnosti računati bez primjene MSFI 16 Najmovi. Utjecaj MSFI 16 Najmovi na financijske pokazatelje će biti prikazan krajem 2019. godine.

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom tromjesečju 2019. godine važno je istaknuti sljedeće:

Zahvaljujući smanjenju neto duga za 64,2 milijuna kuna u odnosu na kraj 2018. godine, odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug niži je za 212 baznih bodova. Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA u posljednjih 12 mjeseci spustila se s 1,5 na kraju 2018. godine na 1,4 na kraju prvog tromjesečja 2019. godine. Pokriće troška kamata s EBITDA u usporednom razdoblju kvartala naraslo je s 8,4 na 21,7 puta.

STRUKTURA PASIVE BILANCE ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. OŽUJKA 2019. GODINE (S PRIMJENOM MSFI 16 NAJMOVI)



PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

U prvom kvartalu nastavljen je trend značajnog generiranja pozitivnog novčanog tijeka iz poslovnih aktivnosti pri čemu je on nešto niži no u istom razdoblju prošle godine zbog viših zaliha pripremljenih za očekivanu pojačanu prodaju tijekom Uskršnjih blagdana koji ove godine padaju kasnije.

Kapitalna ulaganja u prvom tromjesečju 2019. godine prvenstveno se odnose na ulaganja u proizvodnu opremu poslovnih područja u cilju povećanja efikasnosti proizvodnih procesa, razvoj novih proizvoda te razvoj IT infrastrukture, poslovnih sistema i aplikacija.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP SLATKO I SLANO: ulaganje u pakiranje Smokija;
- SPP KAVA: ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje (kameni mlinovi, zamjena pržionika);
- SDU HRVATSKA: ulaganje u novi logističko-distribucijski centar;
- IT: ulaganje u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjenu opreme.

OČEKIVANJA ZA 2019. GODINU

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2019. GODINU

U 2019. godini menadžment će se fokusirati na (i) jačanje pozicije prepoznatljivih regionalnih brendova, (ii) internacionalizaciju pojedinih brendova, (iii) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala te (iv) nastavak dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija koja nemaju potencijal značajnijeg rasta.

U 2019. godini menadžment Atlantic Grupe očekuje niže prosječne cijene sirove kave na globalnim tržištima roba na koje će djelomično negativno utjecati tečaj EUR/USD, zbog kupnje navedene sirovine u dolarskoj valuti.

U 2019. godini očekujemo plaćanja vezana uz kapitalne investicije u iznosu od oko 230 milijuna kuna.

Utjecaji dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija, kao niti potencijalne akvizicije, nisu uključeni u navedena očekivanja, izuzev onih koja su već realizirana od početka 2019. godine.

Sukladno navedenom, očekivanja menadžmenta za 2019. godinu su korigirana za utjecaj dezinvestiranog Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana:

(u milijunima kuna)	2019. plan	2018.	2019./2018
Prodaja	5.300	5.256	2,7%
EBITDA	630	566	8,7%
EBIT	445	386	11,3%
Trošak kamata (kredit i obveznica)	30	38	(20,8%)

Normalizirano u 2018. godini.

Plan za 2019. godinu usporediv je s podacima za 2018. godinu te ne uključuje primjenu novog MSFI 16 Najmovi.

KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI
ZA PRVI KVARTAL 2019. GODINE



ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
TROMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. OŽUJKA 2019.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Sij.-Ožu. 2019.	Sij.-Ožu. 2018.	Indeks
Ukupan prihod	1.213.032	1.154.106	105,1
Prihodi od ugovora s kupcima	1.200.884	1.142.565	105,1
Ostali prihodi	12.148	11.541	105,3
Poslovni rashodi	(1.051.261)	(1.032.835)	101,8
Nabavna vrijednost prodane robe	(337.808)	(307.720)	109,8
Promjena vrijednosti zaliha	36.400	3.748	971,2
Proizvodni materijal i energija	(362.695)	(330.102)	109,9
Usluge	(72.384)	(92.008)	78,7
Troškovi osoblja	(208.232)	(198.120)	105,1
Troškovi marketinga i prodaje	(73.166)	(60.888)	120,2
Ostali troškovi	(38.318)	(46.982)	81,6
Ostali dobiti / (gubici) - neto	4.942	(763)	n/p
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	161.771	121.271	133,4
Amortizacija i umanjenje vrijednosti dugotrajne imovine	(56.635)	(36.699)	154,3
Dobit iz poslovanja	105.136	84.572	124,3
Rashodi od financiranja - neto	(8.951)	(8.173)	109,5
Dobit prije poreza	96.185	76.399	125,9
Porez na dobit	(15.465)	(14.742)	104,9
Neto dobit	80.720	61.657	130,9
Pripada:			
Manjinskim udjelima	(143)	100	n/p
Dioničarima Društva	80.863	61.557	130,9
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja			
- osnovna	24,25	18,47	
- razrijeđena	24,25	18,47	

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI**

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Sij.-Ožu. 2019.	Sij.-Ožu. 2018.	Indeks
Neto dobit	80.720	61.657	130,9
Zaštita novčanog toka	3.589	288	1.246,3
Tečajne razlike	(782)	(23.129)	3,4
Ukupno sveobuhvatna dobit	83.527	38.816	215,2
Pripada:			
Manjinskim udjelima	(144)	59	n/p
Dioničarima Društva	<u>83.671</u>	<u>38.757</u>	<u>215,9</u>
Ukupno sveobuhvatna dobit	83.527	38.816	215,2

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANA BILANCA**

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	31. ožujka 2019.	31. prosinca 2018.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	960.913	966.860
Pravo na korištenje imovine	383.209	-
Ulaganje u nekretnine	304	1.152
Nematerijalna imovina	1.702.923	1.706.820
Odgođena porezna imovina	36.602	31.943
Financijska imovina kroz ostalu sveobuhvatnu dobit	1.029	1.027
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	52.179	52.168
	3.137.159	2.759.970
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	567.720	493.910
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.249.626	1.247.478
Potraživanja za porez na dobit	20.728	13.052
Derivativni financijski instrumenti	441	1.689
Novac i novčani ekvivalenti	374.779	413.663
	2.213.294	2.169.792
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	5.584	5.583
Ukupno kratkotrajna imovina	2.218.878	2.175.375
UKUPNO IMOVINA	5.356.037	4.935.345
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisane dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.275	881.275
Vlastite dionice	(92)	(92)
Pričuve	(88.475)	(81.628)
Zadržana dobit	1.542.239	1.461.644
	2.468.319	2.394.571
Manjinski interesi	3.725	3.869
Ukupno kapital	2.472.044	2.398.440
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	1.043.867	805.882
Odgođena porezna obveza	159.802	160.437
Ostale dugoročne obveze	2.498	2.656
Rezerviranja	59.417	58.761
	1.265.584	1.027.736
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	964.043	926.188
Obveze po primljenim kreditima	524.572	472.386
Tekuća obveza poreza na dobit	20.014	10.174
Rezerviranja	109.780	100.421
	1.618.409	1.509.169
Ukupne obveze	2.883.993	2.536.905
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.356.037	4.935.345

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 2018.	1.012.947	(52.428)	1.285.668	2.246.187	3.663	2.249.850
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	61.557	61.557	100	61.657
Zaštita novčanog toka	-	288	-	288	-	288
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(23.088)	-	(23.088)	(41)	(23.129)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(22.800)	61.557	38.757	59	38.816
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(1.936)	-	-	(1.936)	-	(1.936)
Stanje 31. ožujka 2018.	1.011.011	(75.228)	1.347.225	2.283.008	3.722	2.286.730
Stanje 31. prosinca 2018.	1.014.555	(81.628)	1.461.644	2.394.571	3.869	2.398.440
Prilagodba na početnu primjenu MSFI 16	-	(9.923)	-	(9.923)	-	(9.923)
Stanje 1. siječnja 2019.	1.014.555	(91.551)	1.461.644	2.384.648	3.869	2.388.517
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	80.863	80.863	(143)	80.720
Zaštita novčanog toka	-	3.589	-	3.589	-	3.589
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(781)	-	(781)	(1)	(782)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	2.808	80.863	83.671	(144)	83.527
Transakcije s vlasnicima:						
Prijenos	-	268	(268)	-	-	-
Stanje 31. ožujka 2019	1.014.555	(88.475)	1.542.239	2.468.319	3.725	2.472.044

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Siječanj – Ožujak 2019.	Siječanj – Ožujak 2018.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	80.720	61.657
Porez na dobit	15.465	14.742
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	56.635	36.699
Dobit od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(437)	(172)
Dobit od prodaje podružnice	-	(1.647)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	3.841	11.453
Tečajne razlike - neto	3.006	(18.689)
Povećanje rezerviranja za rizike i troškove	10.023	3.867
(Dobici) / Gubici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(2.228)	2.471
Prihodi od kamata	(272)	(545)
Rashodi od kamata	9.013	14.503
Ostale nenovčane promjene, neto	167	-
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(76.262)	(36.914)
(Povećanje) / Smanjenje kratkoročnih potraživanja	(8.058)	102.243
Povećanje / (Smanjenje) kratkoročnih obveza	90.006	(17.307)
Novac generiran poslovanjem	181.619	172.361
Plaćene kamate	(8.577)	(10.162)
Plaćeni porez	(18.201)	(15.266)
	154.841	146.933
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	(75.138)	(66.667)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja, opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji	955	507
Primici od prodaje podružnica	-	1.647
Dani depoziti i krediti	-	(11)
Primici od danih kredita i depozita	4.547	1.899
Primljene kamate	272	545
	(69.364)	(62.080)
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	-	(1.936)
Otplata primljenih kredita	(105.845)	(80.550)
Otplata najmovi	(18.516)	-
	(124.361)	(82.486)
Neto (smanjenje) / povećanje novca i novčanih ekvivalenata	(38.884)	2.367
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	413.663	497.079
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	374.779	499.446

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 2019. odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 29. travnja 2019. 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 2019. 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 2018. 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 2018. godine, osim usvojenog novog standarda – MSFI 16 *Najmovi* koji je na snazi od 1. siječnja 2019. godine.

Grupa je primijenila pojednostavljeni prijelazni pristup tranzicije te nije prepravila usporedne iznose za godinu prije prvog usvajanja. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam prostora vrednuje se na način kao da su se nova pravila primjenjivala oduvijek. Pravo na korištenje imovine koje se odnosi na najam ostale imovine vrednuje se u visini obveze za najam nakon usvajanja standarda (usklađeno za sve unaprijed plaćene ili obračunate troškove najma).

Grupa koristi predloženo izuzeće u standardu o ugovorima o najmu za koje se uvjeti najma završavaju u roku od 12 mjeseci od datuma početne prijave te za ugovore o najmu za koje je predmetna imovina male vrijednosti. Grupa ima najmove određene uredske opreme (npr. opremu za fotokopiranje) koji se smatraju ugovorima o najmu imovine s malom vrijednošću.

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)

Učinci primjene MSFI 16 za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2019. su kako slijedi:

(u tisućama kuna)

Sij.-Ožu. 2019.

Povećanje troška amortizacije	(19.726)
Smanjenje troška najamnina	20.829
Operativna dobit	1.103
Povećanje financijskih rashoda	(2.516)
Neto dobit	(1.413)
Pravo na korištenje imovine	383.209
Kapital i rezerve	11.336
Obveze za najam	(394.545)

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz šest strateških poslovnih područja. Od 1. siječnja 2019. godine poslovno područje Gourmet pripojeno je strateškom poslovnom području Delikatesni Namazi. Poslovi distribucije organizirani su na način da pokriju pet najvećih tržišta – Hrvatska, Srbija, Slovenija, Makedonija, Austrija te je dodatno osnovan odjel Globalnog upravljanja mrežom distributera, koji pokriva tržišta kojima se dominantno upravlja putem distribucijskih partnera.



OPERATIVNO POSLOVANJE	
POSLOVNA PODRUČJA	DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA
SPP KAVA	SDP HRVATSKA
SPP SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA	SDP SRBIJA
SPP PIĆA	SDP SLOVENIJA
SPP SLATKO I SLANO	DP MAKEDONIJA
SPP ZDRAVLJE I NJEGA	DP AUSTRIJA
SPP DELIKATESNI NAMAZI	GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA

SPP – Strateško poslovno područje

SDP – Strateško distribucijsko područje

DP – Distribucijsko područje

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

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Zbog činjenice da DP Makedonija i DP Austrija 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 poslovnih područja predstavlja ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz poslovnih područja, bilo kroz distribucijska područja). Prodaja distribucijskih područja obuhvaća prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Ovo duplo prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda eliminira se u liniji "Usklada". 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.

	Sij.-Ožu.	Sij.-Ožu.
	2019.	2018.
Prihodi od ugovora s kupcima¹		
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	239.140	243.181
SPP Delikatesni namazi	160.862	140.269
SPP Pića	157.553	143.797
SPP Slatko i slano	157.419	162.766
SPP Zdravlje i njega	157.325	158.272
SPP Sportska i aktivna prehrana	33.246	35.806
SDP Hrvatska	276.498	243.136
SDP Srbija	275.395	267.387
SDP Slovenija	210.888	208.727
Globalno upravljanje mrežom distributera	87.746	85.435
Ostali segmenti	72.593	66.799
Usklada	(627.781)	(613.010)
Ukupno	1.200.884	1.142.565

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. 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>2019.</u>	<u>2018.</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	80.863	61.557
Prosječno ponderirani broj dionica	3.334.206	3.332.462
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	24,25	18,47

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 2019. godine, Grupa je uložila 22.829 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2018.: 21.711 tisuća kuna).

BILJEŠKA 6 – ZALIHE

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2019. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 2.453 tisuća kuna (2018.: 3.799 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

BILJEŠKA 7 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. ožujka 2018. godine i 31. prosinca 2017. godine i stavke računa dobiti i gubitka za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>31. ožujka 2019.</u>	<u>31. prosinca 2018.</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	100.232	83.033
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima		
Ostale povezane stranke	457	1.833
	<u>Sij.-Ožu. 2019.</u>	<u>Sij.-Ožu. 2018.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje robe		
Ostale povezane stranke	116.695	114.645
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	234	252
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	572	3.579
Ostali troškovi		
Ostale povezane stranke	679	641
Neto rashodi od financiranja		
Dioničari	-	3.618

BILJEŠKA 8 – DOGAĐAJI NAKON DATUMA BILANCE

Atlantic Grupa je početkom travnja 2019. godine s dugogodišnjim partnerom u distribuciji sportske i aktivne prehrane, društvom Genuport Trade GmbH, Hambrug, Njemačka, sklopila ugovor o prodaji društva Tripoint koja uključuje brendove Multipower, Champ i Multaben. Time je nastavljena korporativna strategija dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija u okviru koje su već ranije prodana proizvodna postrojenja sportske i aktivne prehrane belgijskom Aminolabsu. Dovršetak transakcije očekuje se u sljedećem tromjesečju.

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 30. travnja 2019. 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 2019. godine do 31. ožujka 2019. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva.

Izvešće posloводства za razdoblje okončano 31. ožujka 2019. 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 908

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
40,00 kn

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

Uprava: Emil Tedeschi, Neven Vranković, Zoran Stanković
Predsjednik Nadzornog odbora: Zdenko Adrović



www.atlanticgrupa.com