

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U 2019. GODINI
(nerevidirano)

Zagreb, 27. veljače 2020. godine

KOMENTAR PREDSJEDNIKA UPRAVE	3
KLJUČNI DOGAĐAJI	4
DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE	8
DINAMIKA PROFITABILNOSTI	15
FINANCIJSKI POKAZATELJI	18
TRŽIŠTE KAPITALA	20
OČEKIVANJA ZA 2020. GODINU	22
DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI	24
KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI	31



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

“Atlantic Grupa je 2019. godinu zaključila s povijesno najvišim prihodima i povijesno najvišom profitabilnošću. Godina je za nas bila iznimno uspješna i ispratili smo je kao stabilna, finansijski prosperitetna i nisko zadužena kompanija s osnaženim menadžmentom i jasnom vizijom budućnosti.

Nastavili smo sa strategijom dezinvestiranja non-core djelatnosti potpunim izlaskom iz sportske i aktivne prehrane te segmenta dodataka prehrani. Istovremeno osnažujemo fokus na područja koja predstavljaju ključne generatore rasta i temelj transformacije za budućnost. To uključuje i ciljanu internacionalizaciju s brendovima koji su dokazali međunarodni potencijal te razvoj distribucije kao važne poluge rasta poslovanja, kao i spajanja i preuzimanja. U tom smislu je i pojačana i Uprava kompanije te sada broji šest članova.

Posebno smo zadovoljni činjenicom da tržište kapitala prepoznaje naš ukupni rezultat pa smo imali i povijesno rekordne vrijednosti dionice, ali i rekordni iznos dividende po dionici, te smo i 2019. godine dobili nagradu za odnose sa investitorima te nagradu Zagrebačke burze za izuzetan doprinos razvoju tržišta kapitala.”



KLJUČNI DOGAĐAJI U 2019. GODINI

POVIJESNO NAJVIŠI PRIHODI, EBITDA I NETO DOBIT

- **PRIHODI** OD PRODAJE U IZNOSU OD 5.431,7 MILIJUNA KUNA
+ 3,4% u odnosu na 2018. godinu
+ 5,4%* normalizirano za utjecaje dezinvestiranog poslovanja
- **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA*)** OD 778,7 MILIJUNA KUNA, BEZ MSFI 16 NAJMOVI 688,5 MILIJUNA KUNA
+ 26,1% u odnosu na 2018. godinu bez utjecaja MSFI 16 Najmovi (+ 11,7% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA** OD 500,4 MILIJUNA KUNA (**EBIT***), BEZ MSFI 16 NAJMOVI 494,0 MILIJUNA KUNA
+ 34,7% u odnosu na 2018. godinu bez utjecaja MSFI 16 Najmovi (+ 13,1% kada isključimo jednokratne stavke*)
- **NETO DOBIT*** OD 390,4 MILIJUNA KUNA, BEZ MSFI 16 NAJMOVI 394,2 MILIJUNA KUNA
+ 61,4% u odnosu na 2018. godinu bez utjecaja MSFI 16 Najmovi (+ 28,9% kada isključimo jednokratne stavke*)

FINANCIJSKI SAŽETAK 2019. GODINE

Ključni pokazatelji	2019.	2019. bez MSFI 16	2018.	2019. bez MSFI 16/ 2018.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	5.431,7	5.431,7	5.255,5	3,4%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	5.506,4	5.506,4	5.330,6	3,3%
Normalizirana EBITDA marža*	13,3%	11,6%	10,8%	+87 bb
Normalizirana neto dobit* (u milijunima kuna)	333,5	337,3	261,7	28,9%
Pokazatelj zaduženosti*	25,7%	16,9%	26,5%	-953bp

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu osim u dijelu implementacije MSFI 16 – Najmovi**

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFievima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

** 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. NOVA UPRAVA ZA NOVI RAST

S 1.10. Uprava Atlantic Grupe proširena je na šest članova te ju čine predsjednik Uprave Emil Tedeschi i članovi Neven Vranković, Zoran Stanković te novi članovi Lada Tedeschi Fiorio, Srećko Nakić i Enzo Smrekar.

Oснаživanje Uprave logičan je nastavak implementiranja korporativne strategije i fokusa na naše glavne kategorije i brendove, kako bismo zadržali i unaprijedili njihovu relevantnost kod potrošača. U tom kontekstu usmjerava se i daljnji razvoj internacionalizacije poslovanja, koja se fokusira na brendove koji su dokazali međunarodni potencijal i čije su pozicije potrošači verificirali. Uz glavne kategorije roba široke potrošnje koje čine kava, pića, delikatesni namazi te slatki i slani snack, kompanija fokus također usmjerava na daljnji rast i razvoj distribucije kao važne poluge poslovanja s kojom je Atlantic regionalni lider te ljekarničkog lanca Farmacia.

Lada Tedeschi Fiorio, dosadašnja potpredsjednica Nadzornog odbora, zbog preuzimanja nove dužnosti koja je nespojiva s članstvom u Nadzornom odboru kompanije, napustila je Nadzorni odbor te je kao članica Uprave preuzela nadležnost za poslovni razvoj i strategiju. Srećko Nakić će kao novi član Uprave voditi brigu o ukupnoj distribuciji, a Enzo Smrekar će imati odgovornost za upravljanje brendovima Argeta i Donat Mg koji imaju najveći internacionalni potencijal unutar portfelja Atlantic Grupe.

2. DEZINVESTIRANJE POSLJEDNJEG DIJELA SPORTSKE I AKTIVNE PREHRANE

Početkom 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 2019. godini 27,8 milijuna kuna prihoda (112,0 milijuna kuna u 2018. godini) te 8,2 milijuna kuna gubitka prije kamata, poreza i amortizacije (60,3 milijuna kuna u 2018. godini). Atlantic Grupa nastavlja s distribucijom proizvoda iz ovog portfelja na tržištima Hrvatske, Austrije, Italije i Srbije. Navedena transakcija nije imala materijalno značajan utjecaj na konsolidirane rezultate.

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. U prvom polugodištu 2019. godine na osnovu navedene transakcije naplaćeno je dodatnih 24,8 milijuna kuna što je kroz ovo izvješće iskazano kao jednokratna stavka.

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.

3. NASTAVAK STRATEŠKOG DEZINVESTIRANJA

Krajem listopada Atlantic Grupa i PharmaS Group su potpisali ugovor o kupoprodaji tvrtke Fidifarm, u čijem je vlasništvu vodeći hrvatski brend dodataka prehrani Dietpharm. PharmaS je, osim cjelokupnog portfelja i zaposlenika Fidifarma, preuzeo i Multivitu, regionalni brend dodataka prehrani u vlasništvu Atlantic Grupe, čiji je proizvod Multivita vitamin C lider u segmentu vitamina C u šumećoj formi na ruskom tržištu. Fidifarm je u 2019. godini ostvario prihod od prodaje u visini od 63,8 milijuna kuna, dok je Multivita u istom periodu uprihodila 21,8 milijuna kuna.

Nastavno na dezinvesticiju Fidifarma, donesena je poslovna odluka o izlasku iz veletrgovačkog poslovanja koje je u 2019. godini ostvarilo 32,9 milijuna kuna prihoda od vanjskih principala.

Također, Atlantic Grupa je, u skladu s korporativnom strategijom izlaska iz manjih i non-core biznisa, prodala distribuciju bidona kao osnovnu djelatnost tvrtke Bionatura Bidon Vode d.o.o., zadržavajući brend Kala i ukupno poslovanje vezano uz punionicu vode. Bionatura Bidon Vode d.o.o. ostvarila je u 2019. godini 26,6 milijuna kuna prihoda (28,4 milijuna kuna u 2018. godini).

Atlantic Grupa je od navedenih transakcija ostvarila dobitak od prodaje podružnica u iznosu od 32,1 milijuna kuna.

4. STRATEŠKO PARTNERSTVO SA VIVASOM

Atlantic Grupa je s krajem godine ušla u strateško partnerstvo s mrežom Vivas kafića, koja okuplja gotovo 300 ugostiteljskih objekata. Atlantic na ovaj način značajno osnažuje poslovanje u segmentu espresso kave, gdje će kroz novu suradnju ostvariti dodatnih osam milijuna kuna prihoda od prodaje. Partnerstvo s Vivas kafićima dio je definirane strategije razvoja biznisa kave u Atlantic Grupi, izgradnje leaderske pozicije na hrvatskom tržištu kave i širenja u rastućem segmentu konzumacije izvan kućanstva.

5. 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.

6. 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.

7. NOVI DISTRIBUCIJSKI UGOVORI

Atlantic Grupa je sredinom ožujka započela 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 je distribucijski portfelj Atlantic Grupe na makedonskom tržištu proširen za globalno poznate brendove Nivea, Labello i Atrix. Ukupna vrijednost očekivane godišnje prodaje je otprilike 30 milijuna kuna. Također, početkom ožujka započeli smo suradnju sa Ficosotom, vodećim bugarskim proizvođačem u segmentu osobne i kućne njege. Ukupna vrijednost očekivane godišnje prodaje također je otprilike 30 milijuna kuna. Nadalje, s krajem godine vodeći regionalni proizvođač deterdženata Saponia i konditorska industrija Kandit s Atlanticom Grupom su potpisali ugovor kojim se osigurava rast poslovanja u 2020. godini. Dvije tvrtke su distribuciju svojih brendova za tržišta Srbije i Slovenije od početka siječnja 2020. godine povjerali Atlantic Grupi, pri čemu očekivani promet na godišnjoj razini iznosi više od 100 milijuna kuna.

Distribucijsko poslovanje važna je poluga razvoja ukupnog poslovanja Atlantic Grupe i strategije kompanije, što potvrđuju i ovi posljednji dogovori o suradnji s Beiersdorfom, Ficosotom, Saponijom i Kanditom. Nakon odličnih rezultata ostvarenih širenjem portfelja suradnjom s Red Bullom u Srbiji, Mars grupom u Hrvatskoj, Hippom u Makedoniji prošle godine, novi distribucijski ugovori potvrđuju deklariranu strategiju razvoja kompanije.

8. ATLANTIC GRUPA NO.1 POSLODAVAC PARTNER

Selectio, tvrtka specijalizirana za savjetovanje u području upravljanja ljudskim resursima i posredovanju pri zapošljavanju, dodijelila je u lipnju ove godine priznanja za TOP poslodavce koji su ostvarili najviše standarde upravljanja ljudskim potencijalom.

Atlantic Grupa, iako uvijek pri vrhu, ove se godine po prvi puta nalazi na prvom mjestu sa ukupno postignutih 99% bodova u pet područja upravljanja ljudskim potencijalima: Strategija, Regrutacija i selekcija, Upravljanje učinkom, Usavršavanje i razvoj te Odnosi prema zaposlenicima. Ovo priznanje se odnosi na cijelu Grupu.

Od ove godine Atlantic je certificirao visoki standard HR praksi na svim tržištima na kojima posluje i time potvrdio konzistentnost dobrih HR praksi na razini cijele Grupe.

9. REKORDNA DIVIDENDA

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 27. lipnja 2019. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 32 kune po dionici odnosno sveukupno 106.599 tisuće kuna, što predstavlja povijesno najvišu dividendu.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2019. GODINI

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

(u milijunima kuna)	2019.	2018.	2019./2018.
SPP Kava	1.136,0	1.123,6	1,1%
SPP Pića	747,8	711,1	5,2%
SPP Delikatesni namazi	726,6	674,7	7,7%
SPP Slatko i slano	674,6	687,6	(1,9%)
SPP Zdravlje i njega	655,0	648,0	1,1%
SDP Hrvatska	1.368,6	1.265,3	8,2%
SDP Srbija	1.263,9	1.253,4	0,8%
SDP Slovenija	941,6	907,9	3,7%
Globalno upravljanje mrežom distributera	378,5	370,6	2,1%
Ostali segmenti*	401,7	413,6	(2,9%)
Usklada**	-2.862,5	-2.800,2	n/p
Prihod od prodaje	5.431,7	5.255,5	3,4%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu.

Atlantic Grupa je u 2019. godini ostvarila 5,4 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 3,4% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Rast prihoda ostvaren je u gotovo svim poslovnim i distribucijskim područjima zahvaljujući izvrsnim rezultatima većine kako vlastitih tako i principalskih brendova. Ukoliko bismo isključili utjecaj prihoda od Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana, segmenta koji je u potpunosti dezinvestiran početkom travnja 2019. godine te utjecaj izostanka prodaje Nevinog asortimana u dijelu u kojem ga nismo nastavili distribuirati, rast prihoda bi iznosio 5,4%***.

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 2019. godinu.

* Ostali Segmenti uključuju SPP Sportska i aktivna prehrana, 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.

*** Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFlevima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (APMovima (eng. Alternative Performance Measures (APM))) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2019. GODINI



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA bilježi blago više razine prihoda od prodaje, pri čemu je, od regionalnih tržišta, najviši rast ostvaren na tržištu Hrvatske, Slovenije i Crne Gore. Gledano po kategorijama, rast ostvaruje svježe mljevena pržena kava kao najznačajnija kategorija te espresso kava koja nastavlja bilježiti značajne stope rasta. Brendovi Barcaffe i Grand Kafa su primarno pridonijeli rastu u segmentu svježe mljevene pržene kave. Instant turska kava Black'n'Easy te Barcaffe&GO bilježe dvoznamenkaste stope rasta.



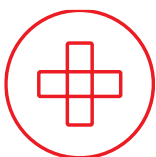
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA bilježi rast prihoda od prodaje na svim vodećim tržištima, pri čemu su najveći rast ostvarila tržišta Hrvatske, Slovenije, Bosne i Hercegovine i Srbije. Dvoznamenkasti rast su ostvarila tržišta van regije, poimenice Rusija, Njemačka, Austrija i Italija. Rast prihoda ostvarili su recepturno i vizualno osvježena Cockta, vitaminski instant napitak Cedevita te funkcionalna voda Donat Mg. Brend Cedevita prošle godine je proslavio 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.



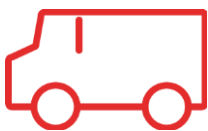
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI bilježi značajan rast prihoda kao posljedica izvrsnih poslovnih rezultata na svim regionalnim tržištima, rasta prodaje na zapadnoeuropskim tržištima (Njemačke, Austrije, Švicarske i Nizozemske) te na tržištu Rusije. Valja istaknuti da su tržišta Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Rusije, Njemačke i Kosova ostvarila dvoznamenkasti rast. Rast je zabilježio i mesni i riblji segment delikatesnih namaza te povrtni namazi. S obzirom da je od početka 2019. godine segment Gourmet pripojen ovom području, valja istaknuti da kategorije ajvar i džemovi pod brendom Bakina tajna bilježe rast prihoda od prodaje.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO zabilježilo je blagi pad prihoda od prodaje primarno na tržištima Kosova, Srbije i Hrvatske. Navedeni pad je djelomično nadoknađen rastom na tržištima Bosne i Hercegovine, Slovenije, Makedonije i Austrije. Gledano po kategorijama, flips pod brendom Smoki bilježi najveći rast prihoda od prodaje od 7,2%. Pad prihoda od prodaje ovog područja primarno je uzrokovan izlaskom iz kategorije čipsa te izostankom prodaje na tržištu Kosova koji je uvjetovan povećanjem carina na uvoz robe iz Srbije.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA bilježi blagi rast prihoda zahvaljujući ponajprije dvoznamenkastim rastom prihoda ljekarničkog lanca Farmacia. Navedenim rastom u potpunosti je nadoknađen pad prihoda od prodaje brenda Multivita te dječje hrane pod brendom Bebi na ruskom tržištu. Ukoliko isključimo utjecaj izostanka prodaje Nevinog asortimana u dijelu u kojem ga nismo nastavili distribuirati, prodaja ovog područja je rasla 3,5%.



Značajan rast prihoda zabilježilo je **STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA** kao posljedica izvrsnih rezultata vlastitih i principalskih brendova. Vlastiti brendovi su ostvarili rast u gotovo svim kategorijama, pri čemu se ističe Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, Barcaffe u segmentu kave, Cedevita, Donat i Cockta u segmentu pića te Smoki u segmentu slatko i slano. Kod principalskih brendova najveći rast ostvarili su Ferrero, Unilever, Asahi te novi principal Mars. Rast prihoda ostvario je i HoReCa kanal, zahvaljujući ponajprije izvrsnim rezultatima Cedevite i Cockte te Barcaffe espressa.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA zabilježilo je blagi rast prodaje kako principalskih tako i vlastitih brendova. Među principalima najveći rast dolazi od novog principala Red Bull te postojećeg principala Rauch, dok se među vlastitim ističu Grand kafa u segmentu

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2019. GODINI

kave, Cockta u segmentu pića, Argeta u segmentu delikatesnih namaza te Smoki i Najlepše želje u segmentu slatko i slano. Rast prodaje ostvario je i HoReCa kanal zahvaljujući rastu prihoda od Cockte, Cedevite te principala Rauch i Red Bull.

Rast prodaje bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA kao posljedica rasta prihoda od prodaje od svih vlastitih brendova pri čemu se osobito ističu delikatesni namazi pod brendom Argeta, svježe mljevena pržena kava pod brendom Barcaffè, vitaminski instant napitak pod brendom Cedevita, redizajnirana Cockta te Smoki. Među principalskim brendovima ističu se Ferrero, Rauch i Hipp. HoReCa segment bilježi rast zahvaljujući espresso kavi pod brendom Barcaffè, izvrsnim rezultatima Cedevite te uspjehu redizajnirane Cockte.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA ostvarilo je rast prodaje pri čemu najveći rast bilježi tržište Njemačke, Francuske, Nizozemske, Australije i Švicarske i to u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta. Rusko tržište bilježi blagi rast prihoda uslijed rasta prodaje funkcionalne vode pod brendom Donat Mg i delikatesnih namaza pod brendom Argeta čime je nadoknađen pad prodaje dječje hrane pod brendom Bebi. Također, na rezultat ovog segmenta utječe i pad prodaje na tržištu Kosova koji je uvjetovan povećanjem carina na uvoz robe iz Srbije. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje proizvoda iz segmenta sportska i aktivna prehrana te prodaju proizvoda iz segmenta slatko i slano na tržištu Kosova, prodaja ovog područja je rasla 5,2%.

OSTALI SEGMENTI bilježe pad prihoda kao posljedica pada prihoda strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana koji je u potpunosti dezinvestiran početkom ove godine, dok distribucijsko područje Makedonija i distribucijsko područje Austrija bilježe rast prihoda.

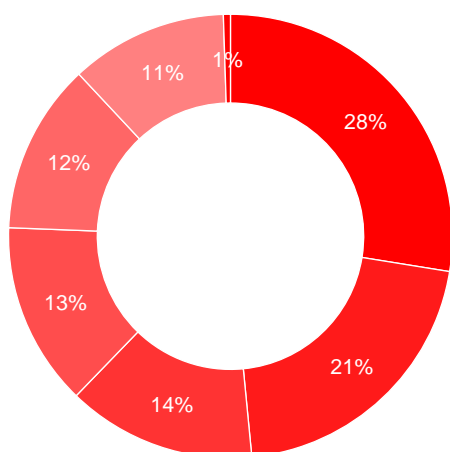
Dvoznamenkaste stope rasta ostvaruje DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova. Među principalima se osobito ističu novi principal HIPP, Ficosota i Beiersdorf te dugogodišnji principal Ferrero, dok se među vlastitim ističu Cedevita u segmentu pića, Argeta u kategoriji delikatesnih namaza i Smoki u kategoriji flipsa. Rast prihoda ostvario je i HoReCa kanal zahvaljujući rastu prodaje Barcaffè espresso kave, Cedevite te principala Ferrero.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA bilježi rast prodaje ponajprije zbog rasta vlastitih brendova, prvenstveno rasta Cedevite, Donat Mg i Cockte u segmentu pića, Argete u segmentu delikatesnih namaza te Smokija u segmentu slatko i slano.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2019. GODINI

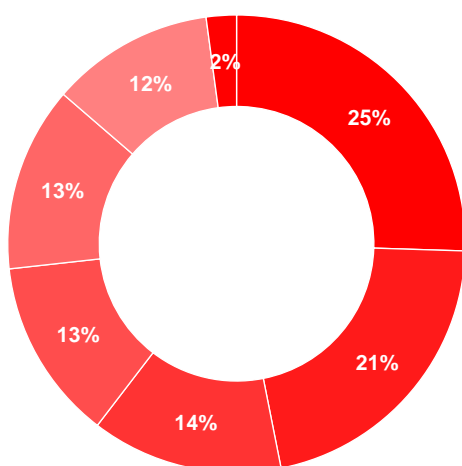
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

2019.



- Principalski brendovi 27,5%
- Kava 20,9%
- Pića 13,8%
- Delikatesni namazi 13,4%
- Slatko i slano 12,4%
- Zdravlje i njega 11,5%
- Sportska i aktivna prehrana 0,5%

2018.



- Principalski brendovi 25,5%
- Kava 21,4%
- Pića 13,5%
- Delikatesni namazi 12,8%
- Slatko i slano 13,1%
- Zdravlje i njega 11,6%
- Sportska i aktivna prehrana 2,1%

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2019. GODINI

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	2019.	% prihoda od prodaje	2018.	% prihoda od prodaje	2019./2018.
Hrvatska	1.885,2	34,7%	1.735,7	33,0%	8,6%
Srbija	1.291,3	23,8%	1.275,4	24,3%	1,2%
Slovenija	943,1	17,4%	908,7	17,3%	3,8%
Bosna i Hercegovina	430,3	7,9%	421,7	8,0%	2,0%
Ostala tržišta regije*	419,3	7,7%	351,9	6,7%	19,2%
Ključna europska tržišta**	220,5	4,1%	275,2	5,2%	(19,9%)
Rusija i ZND	156,5	2,9%	178,3	3,4%	(12,2%)
Ostala tržišta	85,5	1,6%	108,6	2,1%	(21,3%)
Prihod od prodaje	5.431,7	100,0%	5.255,5	100,0%	3,4%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

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

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu

Rast prihoda od 8,6% ostvarilo je TRŽIŠTE HRVATSKE nastavno na rast prihoda od: (i) vlastitih brendova pri čemu su najveći rast ostvarili Barcaffè u kategoriji svježe mljevene pržene kave, brendovi Donat, Cockta i Cedevita u segmentu pića, Argeta u segmentu delikatesnih namaza, Smoki u segmentu slatko i slano te Dietpharm u segmentu zdravlje i njega, (ii) ljekarničkog lanca Farmacia te (iii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Unilever, Asahi, Philips te novi principal Mars.

TRŽIŠTE SRBIJE ostvarilo je blagi rast prodaje zahvaljujući rastu prodaje vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) Grand kafa u segmentu kave (ii) Cockta u segmentu pića, (iii) Argeta u segmentu delikatesnih namaza te (iv) Smoki i Najlepše želje u segmentu slatko i slano. Od principalskih brendova rast dolazi od Raucha te novog principala Red Bull.

Rast prihoda na TRŽIŠTU SLOVENIJE temelji se na rastu prihoda od svih kategorija proizvoda, pri čemu se od vlastitih brendova ističu: (i) svježe mljevena pržena kava pod brendom Barcaffè, (ii) vitaminski instant napitak pod brendom Cedevita i redizajnirana Cockta, (iii) delikatesni namazi pod brendom Argeta te (iv) flips pod brendom Smoki. Među principalskim brendovima ističu se Ferrero, Rauch i Hipp.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2019. GODINI



TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE ostvarilo je rast prodaje od 2,0% 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, (iii) pića pod brendom Cedevita i Cockta te (iv) brenda Dietpharm u segmentu zdravlje i njega.

Značajan rast prodaje od 19,2% na OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE ostvaren je zahvaljujući dvoznamenkastom rastu prihoda na tržištu Makedonije te rastu na tržištu Crne Gore čime je nadoknađen pad na tržištu Kosova primarno uvjetovan značajnim povećanjem carina na uvoz robe iz Srbije i Bosne i Hercegovine na Kosovo. Ukoliko isključimo utjecaj prodaje proizvoda iz segmenta slatko i slano na tržištu Kosova, Ostala tržišta regije bi bilježila rast od 22,1%.

Pad prodaje na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA uzrokovan je primarno padom prodaje na tržištu Njemačke kao posljedica dezinvestiranja Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana koji je djelomično nadoknađen rastom Argete u segmentu delikatesnih namaza. Tržišta Austrije i Švicarske bilježe rast prvenstveno zbog rasta prodaje u segmentu delikatesnih namaza pod brendom Argeta te flipsa pod brendom Smoki. Ukoliko bismo isključili prodaju brendova iz Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana na tržištu Njemačke, Ključna europska tržišta bi bilježila rast od 1,5%.

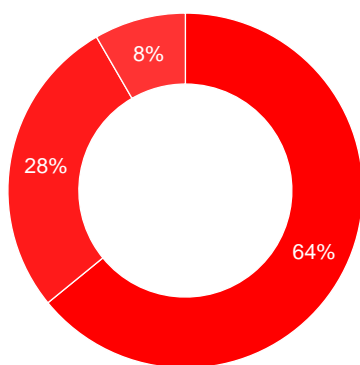
TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA bilježi pad prodaje koji je posljedica pada prihoda od prodaje brenda Multivita te dječje hrane pod brendom Bebi, koji je djelomično nadoknađen rastom prihoda od funkcionalnih voda pod brendom Donat Mg i delikatesnih namaza pod brendom Argeta.

OSTALA TRŽIŠTA bilježe pad prodaje uslijed pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane kao posljedica dezinvestiranja istoimenog segmenta. Navedeni pad je djelomično nadoknađen rastom prodaje delikatesnih namaza pod brendom Argeta na većini Ostalih tržišta. Ukoliko bismo isključili prodaju brendova iz Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana, Ostala tržišta bi bilježila pad prodaje od 4,2%.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2019. GODINI

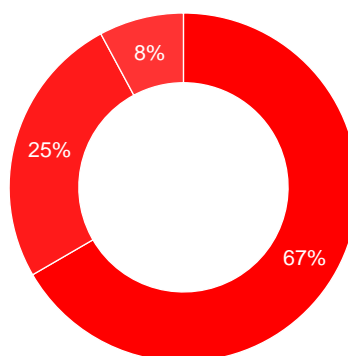
PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

2019.



- Vlastiti brendovi 64,1%
- Principalski brendovi 27,5%
- Farmacia 8,3%

2018.



- Vlastiti brendovi 66,6%
- Principalski brendovi 25,5%
- Farmacia 7,9%

U 2019. godini **VLASTITI BRENDOVI** zabilježili su prodaju u iznosu od 3.481,9 milijuna kuna što predstavlja blagi pad prihoda primarno kao posljedica dezinvestiranja segmenta Sportska i aktivna prehrana. Ukoliko isključimo prodaju brendova iz segmenta Sportska i aktivna prehrana, vlastiti brendovi bi ostvarili rast prihoda od 1,9%. Rastu su najviše doprinijeli: (i) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (ii) Cockta, Cedevita i Donat u segmentu pića, (iii) Barcaffa i Grand Kafa u segmentu kave te (iv) Smoki u segmentu slatko i slano.

Značajan rast od 11,6% su ostvarili **PRINCIPALSKI BRENDOVI** sa 1.496,3 milijuna kuna prihoda od prodaje. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrero, Rauch, Hipp, Asahi i Unilever te novim principalima uključujući Mars u Hrvatskoj, Red Bull u Srbiji te Hipp, Ficosota i Beiersdorf u Makedoniji.

Značajan rast od 9,8% ostvario je ljekarnički lanac **FARMACIA** ostvarivši prihode u visini od 453,5 milijuna kuna zahvaljujući rastu prodaje postojećih i novih Farmacia lokacija. U 2019. godini otvoreno je pet novih prodajnih lokacija te danas Farmacia broji 90 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2019. GODINI

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	2019.	2019. bez MSFI 16	2018.	2019. bez MSFI 16/ 2018.
Prihod od prodaje	5.431,7	5.431,7	5.255,5	3,4%
EBITDA*	778,7	688,5	545,9	26,1%
Normalizirana EBITDA*	721,8	631,6	565,6	11,7%
EBIT*	500,4	494,0	366,8	34,7%
Normalizirani EBIT*	443,5	437,1	386,5	13,1%
Neto dobit *	390,4	394,2	244,2	61,4%
Normalizirana Neto dobit *	333,5	337,3	261,7	28,9%
Profitne marže				
EBITDA marža*	14,3%	12,7%	10,4%	+229bp
Normalizirana EBITDA marža*	13,3%	11,6%	10,8%	+87bp
EBIT marža*	9,2%	9,1%	7,0%	+212bp
Normalizirana EBIT marža*	8,2%	8,0%	7,4%	+69bp
Neto profitna marža*	7,2%	7,3%	4,6%	+261bp
Normalizirana Neto profitna marža*	6,1%	6,2%	5,0%	+123bp

EBITDA u 2019. godini iznosi 778,7 milijuna kuna, odnosno 688,5 milijuna kuna bez utjecaja novog standarda – MSFI 16 Najmovi, što predstavlja rast od 26,1% u odnosu na prošlu godinu. EBITDA bez utjecaja novog standarda – MSFI 16 Najmovi te normalizirana za jednokratne stavke iznosi 631,6 milijuna kuna što predstavlja usporedivi rast od 11,7%. Najveći utjecaj na rast normalizirane EBITDA imao je dezinvestiranje neprofitabilnog segmenta Sportska i aktivna prehrana te rast prodaje u većini poslovnih područja, a unatoč rastu troškova usluga i troškova osoblja. Normalizirana neto dobit bilježi rast od 28,9% 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).

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFlevima). Za više detalja o o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u priloženom dokumentu u „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	2019.	2019. bez MSFI 16	% prihoda od prodaje	2018.	% prihoda od prodaje	2019. bez MSFI 16/ 2018.
Nabavna vrijednost prodane robe	1.600,6	1.600,6	29,5%	1.505,8	28,7%	6,3%
Promjene vrijednosti zaliha	-18,2	-18,2	(0,3%)	13,2	0,3%	n/a
Proizvodni materijal	1.421,0	1.421,0	26,2%	1.392,4	26,5%	2,1%
Energija	62,5	62,5	1,2%	58,3	1,1%	7,3%
Usluge	330,4	420,7	6,1%	412,5	7,8%	2,0%
Troškovi osoblja	880,5	880,5	16,2%	843,0	16,0%	4,5%
Troškovi marketinga i prodaje	321,5	321,5	5,9%	338,3	6,4%	(5,0%)
Ostali operativni troškovi	197,9	197,9	3,6%	208,2	4,0%	(5,0%)
Ostali (dobici)/gubici - neto	-68,4	-68,4	(1,3%)	13,1	0,2%	(621,6%)
Amortizacija	278,3	194,5	5,1%	179,1	3,4%	8,6%
Ukupni operativni troškovi*	5.006,0	5.012,4	92,2%	4.963,9	94,5%	0,8%

Rast troškova nabavne vrijednosti prodane robe od 6,3% posljedica je više prodaje principalskih brendova.

Blagi pad troškova proizvodnih materijala gledano zajedno s promjenom vrijednosti zaliha uslijed dezinvestiranja nestrategičkih poslovnih područja (Neva i Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana) te manje prosječne cijene proizvodnih materijala, primarno kave i šećera.

Troškovi energije rastu zbog veće proizvodnje vlastitih brendova te veće cijene energije.

Troškovi usluga bez primjene MSFI 16 viši su primarno uslijed viših transportnih i logističkih troškova, kao posljedica veće prodaje te većih troškova licenci nastavno na veća ulaganja u IT sustave i digitalne tehnologije.

Troškovi osoblja su porasli zbog većeg broja zaposlenih kao rezultat većeg opsega poslovanja preuzimanjem novih principala, rasta zakonske minimalne plaće u Srbiji te viših varijabilnih isplata nastavno na rast prodaje. Atlantic Grupa je u 2019. u prosjeku zapošljavala 5.557 osoba, što je 45 osoba više u odnosu na prošlu godinu.

Marketinški troškovi su niži primarno zbog dezinvestiranja nestrategičkih poslovnih područja (Neva i Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana) unatoč većim ulaganjima u marketing u segmentima pića, kave i delicatesnih namaza.

Ostali operativni troškovi bilježe pad primarno zbog manjih ispravaka vrijednosti potraživanja od kupaca i zaliha.

Ostali (dobici)/gubici – neto: Većinom se odnosi na opisane jednokratne stavke (56,9 milijuna kuna dobiti ostvarene iz dezinvestiranja u 2019. godini te 19,7 milijuna kuna gubitka u 2018. godini).

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFievima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2019. GODINI

OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	2019.	2019. bez MSFI 16	2018.	2019. bez MSFI 16/ 2018.
SPP Kava	266,6	264,5	258,9	2,2%
SPP Pića	177,5	175,3	166,8	5,1%
SPP Delikatesni namazi	144,6	143,5	132,5	8,3%
SPP Slatko i slano	125,6	123,7	132,8	(6,9%)
SPP Zdravlje i njega	58,2	40,1	44,4	(9,7%)
SDP Hrvatska	64,2	39,8	37,8	5,4%
SDP Srbija	40,2	23,2	32,4	(28,2%)
SDP Slovenija	60,9	53,6	52,1	2,8%
Globalno upravljanje mrežom distributera	13,8	13,7	17,8	(23,5%)
Ostali segmenti*	(172,9)	(188,9)	(329,7)	42,7%
Grupna EBITDA**	778,7	688,5	545,9	26,1%

STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA: Strateško poslovno područje Kava ostvarilo je bolju profitabilnost kao rezultat bolje bruto profitne marže uslijed veće prodaje i nižih cijena sirove kave unatoč višim ulaganjima u marketinške aktivnosti te većim troškovima osoblja. Strateško poslovno područje Pića rast dobiti ostvaruje na temelju veće prodaje te povoljnije bruto profitne marže. Značajan rast profitabilnosti ostvarilo je Strateško poslovno područje Delikatesni namazi zahvaljujući rastu prihoda te povoljnijoj bruto marži unatoč višim troškovima marketinga i troškovima osoblja. Strateško poslovno područje Slatko i slano bilježi pad profitabilnosti nastavno na nižu prodaju. Strateško poslovno područje Zdravlje i njega bilježi pad profitabilnosti uslijed dezinvestiranja Neve te manje prodaje Multivite unatoč većoj profitabilnosti ljekarničkog lanca Farmacia te Dietpharma.

STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA I DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA: SDP Hrvatska i SDP Slovenija bilježe rast profitabilnosti zbog većih prihoda od prodaje unatoč rastu troškova zaposlenih. Do pada profitabilnosti SDP Srbija dolazi zbog većih troškova transporta te većih troškova osoblja (povećanje zakonskog minimuma i novi zaposleni kao rezultat širenja distribucijskog portfelja). Globalno upravljanje mrežom distributera bilježi pad profitabilnosti nastavno na nižu prodaju i profitabilnost dječje hrane pod brendom Bebi na ruskom tržištu.

OSTALI SEGMENTI: Ostali segmenti bilježe značajno smanjenje negativnog utjecaja na grupni EBITDA uslijed prethodno opisanih jednokratnih stavki koji su rezultat dezinvestiranja (2019. dobit od 56,9 milijuna kuna te u 2018. gubitak od 19,7 milijuna kuna) te zbog segmenta Sportska i aktivna prehrana koji je u 2019. ostvario negativni EBITDA od 8,2 milijuna kuna u usporedbi s prošlogodišnjih negativnih 60,3 milijuna kuna. DP Makedonija ostvarilo je rast profitabilnost zbog veće prodaje te povoljnije bruto profitne marže, dok je DP Austrija ostvarilo višu profitabilnost uslijed veće prodaje i optimizacije troškova.

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu.

* Ostali segmenti uključuju SPP Sportska i aktivna prehrana, DP Makedonija, DP Austrija 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.

** Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFlevima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

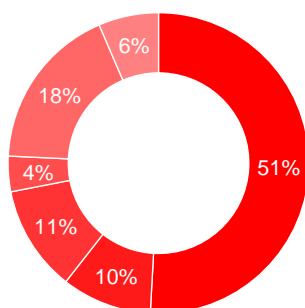
FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	31.12.2019	31.12.2019 bez MSFI 16	31.12.2018
Neto dug*	922,7	547,1	862,9
Ukupna imovina	5.247,3	4.886,0	4.935,3
Ukupno kapital i rezerve	2.669,8	2.684,1	2.398,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,3	1,4	1,4
Pokazatelj zaduženosti*	25,7%	16,9%	26,5%
Neto dug/EBITDA*	1,3	0,9	1,5
Pokriće troška kamata*	20,5	25,2	9,9
Kapitalna ulaganja*	225,2	225,2	140,6
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	586,4	506,4	462,1

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2019. godini važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti niži je za čak 953 baznih bodova zahvaljujući smanjenju neto duga od 316 milijuna kuna u odnosu na kraj 2018. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA spustila se s 1,5 na kraju 2018. godine na 0,9 na kraju 2019. godine.
- Istovremeno je pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA u usporednom razdoblju naraslo s 9,9 puta u 2018. godini na 25,2 puta.
- Povećanjem novčanog toka iz poslovnih aktivnosti od 44,3 milijuna kuna na 506,4 milijuna kuna očituje se stabilnost poslovanja Grupe.

STRUKTURA KAPITALA I OBVEZA ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. PROSINCA 2019. GODINE (S PRIMJENOM MSFI 16 NAJMOVI)



- Ukupni kapital i rezerve 50,9%
- Dugoročne financijske obveze 9,7%
- Kratkoročne financijske obveze 11,4%
- Obveznica 3,8%
- Dobavljači i ostale obveze 17,8%
- Ostale obveze 6,4%

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFlevima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

U 2019. godini došlo je do rasta novčanog toka iz poslovnih aktivnosti u odnosu na isto razdoblje prošle godine zbog poboljšane profitabilnosti i nižih troškova financiranja.

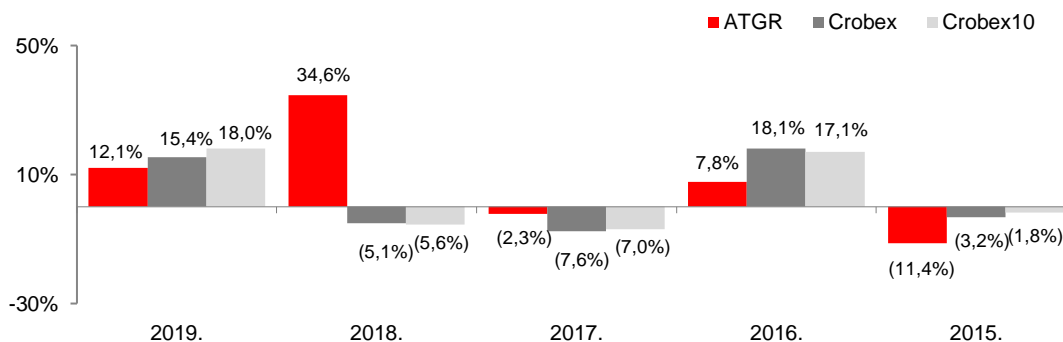
Kapitalna ulaganja u 2019. godini prvenstveno se odnose na ulaganja u proizvodnu opremu poslovnih područja u cilju povećanja efikasnosti proizvodnih procesa, razvoj novih proizvoda te razvoj IT infrastrukture, poslovnih sistema i aplikacija.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP SLATKO I SLANO: ulaganje u liniju pakiranja Smoki i ulaganje u liniju za proizvodnju Bananice;
- SPP KAVA: ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje (kameni mlinovi, zamjena pržionika, linije za instant kavu) i espresso aparate;
- SPP PIĆA: ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti (reparacija puhalica boca Rogaška) i ulaganje u novu liniju HoReCa pakiranja Cedevita (povećanje kapaciteta);
- SPP DELIKATESNI NAMAZI : rekonstrukcija linije pašteta u Izoli i novi formatni dijelovi u Hadžićima u vidu povećanja kapaciteta;
- SDP HRVATSKA: ulaganje u novi logističko-distribucijski centar;
- IT: ulaganje u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjenu opreme.

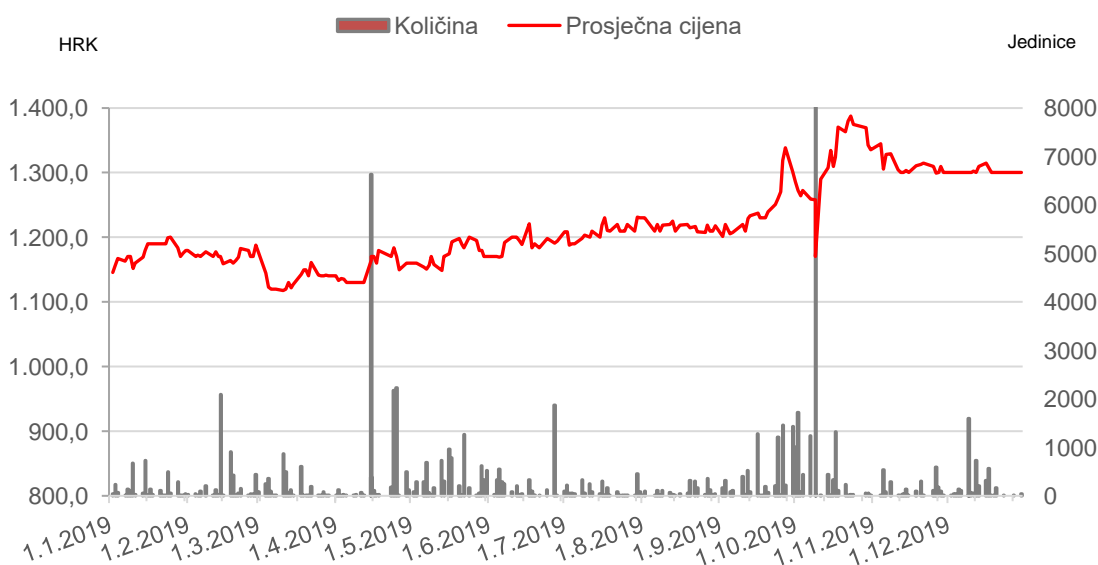
OSTVARENJE NA DIONIČKOM TRŽIŠTU: REKORDNA TRŽIŠNA KAPITALIZACIJA

2019. godina protekla je u znaku prilično volatilne trgovinske statistike, pri čemu je druga polovica godine većinom zabilježila pozitivan trend, primarno kao posljedicu povećanog interesa ulagatelja za dionicu Kraša d.d., koji se u određenoj mjeri prenio i na ostatak tržišta. Indeksi su rasli dvoznamenkasto pri čemu je CROBEX10 ostvario rast od +18% te CROBEX rast od 15,4%. Istovremeno, dionica Atlantic Grupe zabilježila je rast od 12,1%.

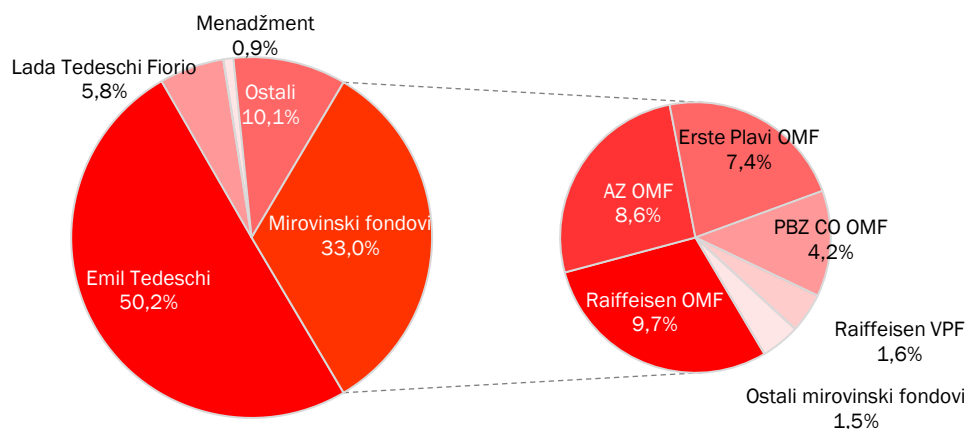


Prosječni dnevni promet iznosio je 585,0 tisuće kuna, odnosno čak 34,1% više nego u 2018. godini. Među sastavnicama CROBEX10, Atlantic Grupa zauzima četvrto mjesto s tržišnom kapitalizacijom od 4.334,6 milijuna kuna. U listopadu 2019. godine dionica Atlantic Grupe je ostvarila povijesno najvišu razinu tržišne kapitalizacije od uvrštenja u studenom 2007. godine. Prema ukupnom prometu u 2019. godini, dionica Atlantic Grupe se nalazi na osmom mjestu u odnosu na sve dionice uvrštene na Zagrebačkoj burzi s 64,8 milijuna kuna ostvarenog prometa.

KRETANJE PROSJEČNE CIJENE I VOLUMENA DIONICE ATLANTIC GRUPE U 2019. GODINI



VLASNIČKA STRUKTURA NA DAN 31. PROSINCA 2019. GODINE



Atlantic Grupa ima stabilnu vlasničku strukturu s 50,2% kompanije u vlasništvu Emila Tedeschija te 5,8% kompanije u vlasništvu Lade Tedeschi Fiorio, dok mirovinski fondovi drže 33,0% dionica Atlantic Grupe. Unutar kategorije Menadžment, članovi Uprave imaju 30.211 dionica (Neven Vranković 20.386, Srećko Nakić 5.969, Zoran Stanković 3.758 i Enzo Smrekar 98). Unutar kategorije Ostali, član Nadzornog odbora Siniša Petrović ima 176 dionica. Također, član Uprave Neven Vranković ima 150.000 obveznica Atlantic Grupe.

Valucija	2019.	2019. bez MSFI 16	2018.
Zaključna cijena u razdoblju (30.12.)	1.300,0	1.300,0	1.160,0
Tržišna kapitalizacija* (u milijunima kuna)	4.334,6	4.334,6	3.867,8
Prosječni dnevni promet (u tisućama kuna)	585,0	585,0	436,3
EV (u milijunima kuna)*	5.262,7	4.883,9	4.734,6
Normalizirana EV/EBITDA*	7,3	7,7	8,4
Normalizirana EV/EBIT*	11,9	11,2	12,2
EV/prodaja*	1,0	0,9	0,9
Normalizirana EPS (u kunama)*	99,6	100,8	78,4
Normalizirana P/E*	13,1	12,9	14,8

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFlevima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

OSVRT MENADŽMENTA NA MAKROEKONOMSKA OČEKIVANJA

U 2019. godini hrvatsko gospodarstvo petu je godinu za redom zabilježilo solidan gospodarski rast, zahvaljujući uspješnoj turističkoj sezoni, rastu osobne i javne potrošnje i izvoza te općem rastu optimizma. Menadžment Atlantic Grupe očekuje usporavanje rasta hrvatskog gospodarstva u 2020. godini zbog nepovoljnijeg međunarodnog okruženja, odnosno činjenice da dolazi do usporavanja rasta globalnog gospodarstva, kao i eurozone.

U zemljama regije u 2020. godini menadžment očekuje nastavak gospodarskog rasta. Snažna domaća potražnja i rast zaposlenosti biti će glavni generatori slovenskog rasta. Također, rastu srpskog gospodarstva će doprinijeti domaća potražnja, ali i inozemne direktne investicije.

Gospodarstva eurozone nalaze se u razdoblju niske inflacije i niskog rasta koje je obilježeno velikom nesigurnošću, potaknutom Brexitom. Međutim, snažna europska tržišta rada sa izrazito niskom stopom nezaposlenosti i rastom plaća te povijesno niskim troškovima zaduživanja omogućuju snažnu domaću potražnju. Stoga menadžment očekuje daljnji, ali skromni rast eurozone.

U 2019. godini rusko gospodarstvo je usporilo nastavno na povećanje PDVa i restriktivnu monetarnu politiku. U 2020. godini se očekuje umjereni oporavak kao posljedica većih javnih ulaganja i provedenih strukturnih reformi.

OČEKIVANJA ZA 2020. GODINU



STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2020. GODINU

U 2020. godini menadžment će se fokusirati na (i) jačanje pozicije prepoznatljivih regionalnih brendova, (ii) internacionalizaciju pojedinih brendova, primarno Argeta i Donat Mg, (iii) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala te (iv) nastavak dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija koja nemaju potencijal značajnijeg rasta.

Uz prethodno opisana makroekonomska očekivanja, menadžment Atlantic Grupe u 2020. godini očekuje nešto niže prosječne cijene sirove kave na globalnim tržištima roba koje će dobrim dijelom biti anulirane jačanjem američkog dolara, a zbog kupnje navedene sirovine u dolarskoj valuti. Nadalje, kod značajnog dijela naših ključnih sirovina i pakirnog materijala poput mlijeka u prahu, šećera, tune, kaka, folije za pakiranje već je došlo do poskupljenja ili je ono izvjesno. Također, izazovi sa radnom snagom već su se odrazili ne samo na povećanje troškova zaposlenih, već i na cijene usluga koje su radno intenzivne, a očekujemo da će se isto nastaviti i u 2020. godini.

U 2020. godini očekujemo plaćanja vezana uz kapitalne investicije u iznosu od oko 280 milijuna kuna.

(u milijunima kuna)	2020. plan	2019.**	2020./2019
Prodaja***	5.500	5.432	1,3%
EBITDA*	730	722	1,1%
EBIT*	455	444	2,6%

**Normalizirano

*** Prodaja u 2019. godini uključuje 172,9 milijuna kuna koji se odnose na dezinvestirane i obustavljene dijelove poslovanja čime očekivani organski rast iznosi 4,6%

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFlevima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u priloženom dokumentu „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti“.

ATLANTIC GRUPA d.d.

DEFINICIJA I USKLADA

ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

Godišnje izvješće, polugodišnje izvješće, tromjesečno izvješće i druga komunikacija s investitorima sadrže određene mjere financijske uspješnosti koje nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI). Vjerujemo da su ove mjere, zajedno s usporedivim mjerama iz MSFI-jeva, korisne investitorima jer pružaju osnovu za mjerenje naše operativne i financijske uspješnosti. Glavni alternativni pokazatelji uspješnosti koje koristi Atlantic Grupa definirani su i/ili usklađeni s našim MSFI mjerama u ovom dokumentu.

NORMALIZIRANI RAST PRODAJE

Normalizirani rast prodaje odnosi se na povećanje prodaje za razdoblje nakon uklanjanja utjecaja stjecanja i dezinvestiranja, promjene opsega djelatnosti i drugih važnih stavki koje utječu na usporedivost operativnih rezultata. Vjerujemo da ova mjera pruža vrijedne dodatne informacije o uspješnosti prodaje i pruža usporedivost operativnog rezultata.

u milijunama kuna	2019.	2018.	2019./2018.
Prodaja	5.431,7	5.255,5	3,4%
Prodaja dezinvestiranog SPP Sportska i aktivna prehrana	27,8	112,0	(75,1%)
Izostanak distribucije Nevinog asortimana	0,0	15,0	(100,0%)
Normalizirana prodaja	5.403,9	5.128,5	5,4%

MSFI 16

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).

Kako bi se osigurala usporedivost financijskih podataka, podaci za 2019. godinu prikazani su na dva načina: podaci koji uključuju primjenu MSFI 16 i podaci koji ne uključuju primjenu MSFI 16, kad je to primjenjivo. Pri usporedbi podataka s podacima iz 2018. godine, treba promatrati podatke za 2019. koji ne uključuju utjecaj MSFI-ja 16.

EBITDA I NORMALIZIRANA EBITDA, EBITDA marža i NORMALIZIRANA EBITDA marža

EBITDA (Dobit prije kamata, poreza i amortizacije) jednaka je dobit iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 - Sažetak značajnih računovodstvenih politika u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima) uvećanoj za amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine i umanjenje vrijednosti (vidi bilješke 13, 14, 15 u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

Grupa također prikazuje Normaliziranu EBITDA koja se izračunava kao EBITDA isključujući utjecaj jednokratnih stavki. Jednokratne stavke predstavljaju dobitak/gubitak od prodaje podružnica (vidi bilješku 10 Prodaja i akvizicija podružnica u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019.). Uprava Grupe pregledava normaliziranu EBITDA kako bi procijenila uspješnost poslovanja Grupe i u skladu s tim rasporedila resurse. Uz to, Uprava Grupe vjeruje da normalizirana EBITDA pruža informacije koje omogućuju investitorima da bolje usporede uspješnost Grupe u različitim razdobljima.

DEFINICIJA I USKLADA
ALTERNATIVNIH POKAZATELJA
USPJEŠNOSTI (APM)

Grupa također prikazuje EBITDA maržu i Normaliziranu EBITDA maržu, koje se definiraju kao EBITDA/Normalizirana EBITDA kao postotak prodaje.

u milijunama kuna	2019	2019 bez MSFI 16	2018	2019 bez MSFI 16/2018
Dobit iz poslovanja	500,4	494,0	366,8	34,7%
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	278,3	194,5	179,1	8,6%
EBITDA	778,7	688,5	545,9	26,1%
Dobit od prodaje tvornica iz SPPa Sportska i aktivna prehrana	24,8	24,8	-	
Dobit od prodaje Dietpharma, Multivite i Bionatura Bidon Vode	32,1	32,1	-	
Gubitak od prodaje Neve i rezervacija za sudski spor	-	-	(19,7)	
Normalizirana EBITDA	721,8	631,6	565,6	11,7%
Prodaja	5.431,7	5.431,7	5.255,5	
EBITDA marža	14,3%	12,7%	10,4%	
Normalizirana EBITDA marža	13,3%	11,6%	10,8%	

EBIT i NORMALIZIRANI EBIT

EBIT (Dobit prije kamata i poreza) jednak je dobiti iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 Sažetak značajnih računovodstvenih politika u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

Grupa također prikazuje Normalizirani EBIT koji se izračunava kao EBIT bez utjecaja jednokratnih stavki. Nadalje, Grupa također prikazuje EBIT maržu i Normaliziranu EBIT maržu, koje se definiraju kao EBIT/Normalizirani EBIT kao postotak prodaje.

u milijunama kuna	2019	2019 bez MSFI 16	2018	2019 bez MSFI 16/2018
Dobit iz poslovanja	500,4	494,0	366,8	34,7%
EBIT	500,4	494,0	366,8	34,7%
Dobit od prodaje tvornica iz SPPa Sportska i aktivna prehrana	24,8	24,8	-	
Dobit od prodaje Dietpharma, Multivite i Bionatura Bidon Vode	32,1	32,1	-	
Gubitak od prodaje Neve i rezervacija za sudski spor	-	-	(19,7)	
Normalizirana EBIT	443,5	437,1	386,5	13,1%
Prodaja	5.431,7	5.431,7	5.255,5	
EBIT marža	9,2%	9,1%	7,0%	
Normalizirana EBIT marža	8,2%	8,0%	7,4%	

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



NETO DOBIT I NORMALIZIRANA NETO DOBIT

Neto dobit je međubroj koji je iskazan u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019. godine. Grupa također prikazuje Normaliziranu neto dobit koja se izračunava kao neto dobit isključujući utjecaj jednokratnih stavki.

Nadalje, Grupa prikazuje i Neto profitnu maržu i Normaliziranu neto profitnu maržu, koje se definiraju kao Neto dobit/Normalizirana neto dobit kao postotak prodaje.

u milijunama kuna	2019	2019 bez MSFI 16	2018	2019 bez MSFI 16/2018
Neto profit	390,4	394,2	244,2	61,4%
Dobit od prodaje tvornica iz SPPa Sportska i aktivna prehrana	24,8	24,8	-	
Dobit od prodaje Dietpharma, Multivite i Bionatura Bidon Vode	32,1	32,1	-	
Gubitak od prodaje Neve i rezervacija za sudski spor	-	-	(17,5)	
Normalizirani neto profit	333,5	337,3	261,7	28,9%
Prodaja	5.431,7	5.431,7	5.255,5	
Neto profitna marža	7,2%	7,3%	4,6%	
Normalizirana neto profitna marža	6,1%	6,2%	5,0%	

UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI

Ukupni operativni troškovi su međubroj sljedećih stavki koje su iskazane u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019. godine: nabavne vrijednosti prodane trgovačke robe, promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku, troškovi materijala i energije, troškovi radnika, troškovi marketinga i unapređenja prodaje, ostali troškovi poslovanja, ostali dobici/gubici-neto i amortizacija i umanjenje vrijednosti.

KAPITALNA ULAGANJA (CAPEX)

Kapitalna ulaganja uključuju plaćanja izvršena za stjecanje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine, kako je prikazano u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019. godine. Grupa koristi kapitalna ulaganja kao APM kako bi osigurala alokaciju novca u skladu sa strategijom Grupe.

NETO DUG I NETO DUG prema EBITDA

Uprava koristi neto dug za ocjenu financijskih kapaciteta Grupe. Neto dug definira se kao zbroj kratkoročnih i dugoročnih obveza po primljenim kreditima, kratkoročnih i dugoročnih obveza za najam i derivativnih financijskih instrumenata umanjnih za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019., kao što je prikazano u nastavku:

DEFINICIJA I USKLADA
ALTERNATIVNIH POKAZATELJA
USPJEŠNOSTI (APM)

u milijunama kuna	31.12.2019.	31.12.2019. bez MSFI 16	31.12.2018.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	412,6	412,6	805,9
Dugoročne obveze po najmovima	295,5	0,0	0,0
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	517,3	517,3	472,4
Kratkoročne obveze po najmovima	80,0	0,0	0,0
Derivativni financijski instrumenti, neto	1,8	1,8	(1,7)
Novac i novčani ekvivalenti	(384,5)	(384,5)	(413,7)
Neto dug	922,7	547,1	862,9
Normalizirana EBITDA	721,8	631,6	565,6
Neto dug/Normalizirana EBITDA	1,3	0,9	1,5

Grupa koristi i omjer neto duga i normalizirane EBITDA, što je neto dug podijeljen s Normaliziranom EBITDA, kako bi dobila razinu neto duga u odnosu na dobit koju je Grupa ostvarila. Ova mjera odražava sposobnost Grupe da servisira i otplaćuje svoje financijske obaveze.

ODNOS KRATKOTRAJNE IMOVINE I KRATKOROČNIH OBVEZA

Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza uspoređuje svu kratkotrajnu imovinu Grupe s njenim kratkoročnim obvezama koje su iskazane u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

u milijunama kuna	2019	2019 bez MSFI 16	2018
Kratkotrajna imovina	2.170,5	2.170,5	2.175,4
Kratkotrajne obveze	1.648,4	1.568,4	1.509,2
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,3	1,4	1,4

POKAZATELJ ZADUŽENOSTI

Pokazatelj zaduženosti uspoređuje neto dug i ukupni kapital uvećan za neto dug. Pokazatelj zaduženosti je mjera financijske poluge Grupe koja pokazuje stupanj do kojeg se poslovanje tvrtke financira iz vlastitog kapitala u odnosu na financiranje iz duga.

u milijunama kuna	2019	2019 bez MSFI 16	2018
Neto dug	922,7	547,1	862,9
Ukupno kapital	2.669,8	2.684,1	2.398,4
Pokazatelj zaduženosti	25,7%	16,9%	26,5%

POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem Normalizirane EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 8 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019.), kao što je prikazano u nastavku. Pokriće troška kamata koristi se za određivanje koliko lako Grupa može platiti kamate na svoj nepodmireni dug.

DEFINICIJA I USKLADA
ALTERNATIVNIH POKAZATELJA
USPJEŠNOSTI (APM)

u milijunama kuna	2019	2019 bez MSFI 16	2018
Normalizirana EBITDA	721,8	631,6	565,6
Ukupno rashodi od kamata	35,2	25,0	57,2
Normalizirano pokriće troška kamata	20,5	25,2	9,9

TRŽIŠNA KAPITALIZACIJA

Tržišna kapitalizacija je ukupna tržišna vrijednost Grupe. Izračunava se na osnovu posljednje tržišne cijene u izvještajnom razdoblju i ukupnog broja dionica, kako je prikazano u nastavku.

	2019	2019 w/o IFRS 16	2018
Zadnja cijena u razdoblju (u kunama)	1.300	1.300	1.160
Broj dionica	3.331.481	3.331.481	3.332.958
Tržišna kapitalizacija (u milijunama kuna)	4.334,6	4.334,6	3.867,8

VRIJEDNOST KOMPANIJE (Enterprise value-EV), Normalizirana EV/EBITDA, Normalizirana EV/EBIT, EV/PRODAJA

Vrijednost kompanije (EV) je mjera ukupne vrijednosti Grupe koja se koristi kao sveobuhvatnija alternativa tržišnoj kapitalizaciji. EV je zbroj tržišne kapitalizacije, neto duga i manjinskih interesa, kako je prikazano u nastavku.

Omjer Normalizirane EV/EBITDA koristi se kao alat za procjenu vrijednosti pri usporedbi vrijednosti Grupe s dobiti koju Grupa ostvaruje. Koristan je analitičarima i investitorima koji žele usporediti kompanije unutar iste industrije.

Omjer Normalizirane EV/EBIT sličan je omjeru EV/EBITDA, ali uključuje amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine. Koristi se kao mjerilo u procjeni vrijednosti za usporedbu relativne vrijednosti različitih poduzeća.

EV/prodaja je mjera za procjenu vrijednosti koja uspoređuje EV Grupe s njezinom godišnjom prodajom.

u milijunama kuna	2019	2019 bez MSFI 16	2018
Tržišna kapitalizacija	4.334,6	4.334,6	3.867,8
Neto dug	922,7	547,1	862,9
Manjinski interesi	5,4	5,4	3,9
EV	5.262,7	4.887,1	4.734,6
Normalizirana EBITDA	721,8	631,6	565,6
Normalizirana EV/EBITDA	7,3	7,7	8,4
Normalizirana EBIT	443,5	437,1	386,5
Normalizirana EV/EBIT	11,9	11,2	12,2
Prodaja	5.431,7	5.431,7	5.255,5
EV/prodaja	1,0	0,9	0,9

Normalizirana ZARADA PO DIONICI (EPS)

Zarada po dionici izračunava se dijeljenjem neto dobiti koja pripada dioničarima društva s ponderiranim prosječnim brojem dionica kako je definirano u bilješci 4 - Zarada po dionici u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. prosinca 2019. Zarada po dionici odražava zaradu od trgovanja za svaku dionicu. Normalizirana zarada po dionici uzima u obzir normaliziranu

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

neto dobit koja pripada dioničarima društva, što je jednako neto dobiti koja pripada dioničarima društva, isključujući utjecaj jednokratnih stavki kao što je prikazano u nastavku.

	2019	2019 bez MSFI 16	2018
Neto dobit dioničarima	388,9	392,7	244,0
Dobit od prodaje tvornica iz SPPa Sportska i aktivna prehrana	24,8	24,8	-
Dobit od prodaje Dietpharma, Multivite i Bionatura Bidon Vode	32,1	32,1	-
Gubitak od prodaje Neve i rezervacija za sudski spor	-	-	(17,5)
Normalizirana Neto dobit dioničarima	332,0	335,8	261,5
Prosječni ponderirani broj dionica	3.332.752	3.332.752	3.333.167
Normalizirani EPS	99,6	100,8	78,4

OMJER CIJENE I ZARADE (P/E)

Omjer cijene i zarade (P/E) omjer je za procjenu vrijednosti tvrtke koji mjeri zadnju tržišnu cijenu dionice u izvještajnom razdoblju u odnosu na normaliziranu zaradu po dionici, kao što je prikazano u nastavku.

	2019	2019 bez MSFI 16	2018
Zadnja cijena u razdoblju (u kunama)	1.300	1.300	1.160
Normalizirani EPS	99,6	100,8	78,4
Normalizirani P/E	13,1	12,9	14,8

ATLANTIC GRUPA d.d.

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

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij. - Pro. 2019.	Sij. - Pro. 2018.	Indeks	Lis. - Pro. 2019.	Lis. - Pro. 2018.	Indeks
Prihodi	5.506.404	5.330.624	103,3	1.445.388	1.392.251	103,8
Prihodi od prodaje	5.431.732	5.255.506	103,4	1.419.325	1.368.827	103,7
Ostali prihodi	74.672	75.118	99,4	26.063	23.424	111,3
Poslovni rashodi	(5.005.971)	(4.963.857)	100,8	(1.397.817)	(1.439.324)	97,1
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(1.600.586)	(1.505.820)	106,3	(465.576)	(451.691)	103,1
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	18.235	(13.195)	n/p	(9.299)	(2.914)	319,1
Troškovi materijala i energije	(1.483.503)	(1.450.652)	102,3	(364.649)	(354.248)	102,9
Troškovi radnika	(880.472)	(842.955)	104,5	(245.025)	(232.999)	105,2
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(321.462)	(338.293)	95,0	(95.383)	(106.130)	89,9
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(278.305)	(179.113)	155,4	(96.741)	(68.842)	140,5
Ostali troškovi poslovanja	(528.288)	(620.714)	85,1	(155.133)	(185.116)	83,8
Ostali dobiti / (gubici) - neto	68.410	(13.115)	n/p	33.989	(37.384)	n/p
Dobit iz poslovanja	500.433	366.767	136,4	47.571	(47.073)	(101,1)
Rashodi od financiranja - neto	(37.026)	(50.209)	73,7	(13.265)	(18.748)	70,8
Dobit prije poreza	463.407	316.558	146,4	34.306	(65.821)	(52,1)
Porez na dobit	(73.040)	(72.340)	101,0	1.901	(9.520)	n/p
Neto dobit za godinu	390.367	244.218	159,8	36.207	(75.341)	(48,1)
Pripada:						
Dioničarima Društva	388.880	243.970	159,4	35.361	(75.315)	n/p
Manjinskim udjelima	1.487	248	599,8	846	(26)	n/p
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom godine						
- osnovna	116,73	73,19		10,64	(22,61)	
- razrijeđena	116,73	73,19		10,64	(22,61)	

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

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Pro. 2019.	Sij.-Pro. 2018.	Indeks	Lis.- Pro. 2019.	Lis.-Pro. 2018.	Indeks
Neto dobit za godinu	390.367	244.218	159,8	36.207	(75.341)	(48,1)
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	(2.965)	2.422	n/p	(2.969)	(3.312)	89,6
Aktuarski (gubici) / dobiti za planove definiranih primanja, neto od poreza	(2.385)	97	n/p	(2.385)	97	n/p
Tečajne razlike, neto od poreza	8.675	(33.081)	n/p	5.795	(6.498)	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu	393.692	213.656	184,3	36.648	(85.054)	(43,1)
Pripada:						
Dioničarima Društva	392.198	213.450	183,7	35.787	(85.029)	n/p
Manjinskim udjelima	1.494	206	725,2	861	(25)	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit	<u>393.692</u>	<u>213.656</u>	<u>184,3</u>	<u>36.648</u>	<u>(85.054)</u>	<u>n/p</u>

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

u tisućama kuna, nerevidirano	31. prosinca 2019.	31. prosinca 2018.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	971.915	966.860
Pravo na korištenje imovine	372.247	-
Ulaganje u nekretnine	312	1.152
Nematerijalna imovina	1.658.675	1.706.820
Odgođena porezna imovina	31.796	31.943
Financijska imovina kroz OSD	1.025	1.027
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	40.813	52.168
	3.076.783	2.759.970
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	501.287	493.910
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.269.915	1.247.478
Potraživanja za porez na dobit	9.175	13.052
Derivativni financijski instrumenti	-	1.689
Novac i novčani ekvivalenti	384.526	413.663
	2.164.903	2.169.792
Imovina namijenjena prodaji	5.583	5.583
Ukupno kratkotrajna imovina	2.170.486	2.175.375
UKUPNO IMOVINA	5.247.269	4.935.345
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisane dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.323	881.275
Vlastite dionice	(5.884)	(92)
Pričuve	(83.052)	(81.628)
Zadržana dobit	1.738.679	1.461.644
	2.664.438	2.394.571
Manjinski udjeli	5.363	3.869
Ukupno kapital	2.669.801	2.398.440
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	412.550	805.882
Obveze po najmovima	295.526	-
Odgođena porezna obveza	153.228	160.437
Ostale dugoročne obveze	2.204	2.656
Rezerviranja	65.515	58.761
	929.023	1.027.736
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	933.191	926.188
Obveze po primljenim kreditima	517.337	472.386
Obveze po najmovima	80.032	-
Derivativni financijski instrumenti	1.778	-
Tekuća obveza poreza na dobit	7.261	10.174
Rezerviranja	108.846	100.421
	1.648.445	1.509.169
Ukupne obveze	2.577.468	2.536.905
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.247.269	4.935.345

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

u tisućama kuna, nerevidirano	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 za godinu	-	-	243.970	243.970	248	244.218
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	-	2.422	-	2.422	-	2.422
Aktuarski dobiti za planove definiranih primanja, neto od poreza	-	-	97	97	-	97
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(33.039)	-	(33.039)	(42)	(33.081)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(30.617)	244.067	213.450	206	213.656
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(2.164)	-	-	(2.164)	-	(2.164)
Isplata s temelja dionica	3.772	-	-	3.772	-	3.772
Dividenda za 2017. godinu	-	-	(66.674)	(66.674)	-	(66.674)
Prijenos	-	1.417	(1.417)	-	-	-
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	-	(9.988)	-	(9.988)	-	(9.988)
Stanje 1. siječnja 2019.	1.014.555	(91.616)	1.461.644	2.384.583	3.869	2.388.452
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za godinu	-	-	388.880	388.880	1.487	390.367
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	-	(2.965)	-	(2.965)	-	(2.965)
Aktuarski gubici za planove definiranih primanja, neto od poreza	-	-	(2.385)	(2.385)	-	(2.385)
Ostala sveobuhvatna dobit	-	8.668	-	8.668	7	8.675
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	5.703	386.495	392.198	1.494	393.692
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(13.424)	-	-	(13.424)	-	(13.424)
Isplata s temelja dionica	7.680	-	-	7.680	-	7.680
Dividenda za 2018. godinu	-	-	(106.599)	(106.599)	-	(106.599)
Prijenos	-	2.861	(2.861)	-	-	-
Stanje 31. prosinca 2019.	1.008.811	(83.052)	1.738.679	2.664.438	5.363	2.669.801

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Prosinac 2019.	Siječanj - Prosinac 2018.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit za godinu	390.367	244.218
Porez na dobit	73.040	72.340
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	278.305	179.113
(Dobitak) / gubitak od prodaje podružnica	(56.946)	19.563
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(612)	(291)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	32.952	42.027
Tečajne razlike, neto	1.808	132
Povećanje rezerviranja za rizike i troškove	15.415	20.625
Dobici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(5.703)	(13.233)
Plaćanja temeljem dionica	7.680	3.772
Prihodi od kamata	(1.028)	(1.729)
Rashodi od kamata	35.217	57.160
Ostale nenovčane promjene, neto	(952)	(41)
Promjene u radnom kapitalu		
(Povećanje) / smanjenje zaliha	(59.329)	13.988
(Povećanje) / smanjenje kratkoročnih potraživanja	(80.856)	125.400
Povećanje / (smanjenje) kratkoročnih obveza	68.173	(129.220)
Novac generiran poslovanjem	697.531	633.824
Plaćene kamate	(33.445)	(61.860)
Plaćeni porez	(77.705)	(109.858)
	586.381	462.106
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(225.248)	(140.626)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	3.518	1.512
Primici od prodaje i akvizicije podružnica, neto	149.830	59.511
Dani krediti i depoziti	(2.790)	(43.154)
Primici od danih kredita i depozita	6.637	34.614
Primljene kamate	1.028	1.604
	(67.025)	(86.539)
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(13.424)	(2.164)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	273.362	80.064
Otplata primljenih kredita	(623.251)	(466.298)
Isplata dividende dioničarima	(106.599)	(66.674)
Otplata najmova	(79.992)	-
	(549.904)	(455.072)
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	(30.548)	(79.505)
Dobici / (gubici) od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima	1.411	(3.911)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	413.663	497.079
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	384.526	413.663

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 godinu završenu 31. prosinca 2019. odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 25. veljače 2020. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za godinu završenu 31. prosinca 2019. sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji ne uključuju sve podatke i objave koji su obvezni za godišnje konsolidirane financijske izvještaje te ih se treba čitati zajedno s godišnjim 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.

**BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE
(nastavak)**

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)

Učinci početne primjene MSFI 16 na bilancu 1. siječnja 2019. su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	1.1.2019.
Pravo na korištenje imovine	401.257
Kapital i rezerve	9.988
Obveze po najmovima	(411.245)

Učinci primjene MSFI 16 na račun dobiti i gubitka za godinu završenu 31. prosinca 2019. su kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	Sij. - Pro. 2019.
Povećanje troška amortizacije	(83.812)
Smanjenje troška najamnina	90.223
Dobit iz poslovanja	6.411
Povećanje financijskih rashoda	(10.201)
Neto dobit za godinu	(3.790)

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 PIČA	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, DP Austrija te SPP Sportska i aktivna prehrana ne prelaze prag materijalnosti koji zahtijeva MSFI 8 za izvještajne segmente, oni se iskazuju unutar pozicije „Ostali segmenti“. SPP Sportska i aktivna prehrana je u potpunosti dezinvestirano početkom travnja 2019. godine. 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 prihodima od prodaje te 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.

Prihodi od prodaje *	Sij. - Pro. 2019.	Sij. - Pro. 2018.
<i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	1.135.957	1.123.570
SPP Pića	747.809	711.051
SPP Delikatesni namazi	726.619	674.660
SPP Slatko i slano	674.624	687.613
SPP Zdravlje i njega	654.980	647.963
SDP Hrvatska	1.368.619	1.265.298
SDP Srbija	1.263.857	1.253.436
SDP Slovenija	941.613	907.930
Globalno upravljanje mrežom distributera	378.478	370.598
Ostali segmenti	401.699	413.557
Usklada	(2.862.523)	(2.800.170)
Ukupno	5.431.732	5.255.506

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE

Poslovni rezultati <i>(u tisućama kuna)</i>	EBITDA*	
	Sij. - Pro. 2019.	Sij. - Pro. 2018.
SPP Kava	266.597	258.865
SPP Pića	177.489	166.841
SPP Delikatesni namazi	144.642	132.516
SPP Slatko i slano	125.566	132.831
SPP Zdravlje i njega	58.194	44.361
SDP Hrvatska	64.173	37.787
SDP Slovenija	60.931	52.122
SDP Srbija	40.193	32.387
Globalno upravljanje mrežom distributera	13.825	17.848
Ostali segmenti	(172.872)	(329.678)
Ukupno	778.738	545.880

Poslovni rezultati bez utjecaja MSFI 16 <i>(u tisućama kuna)</i>	EBITDA	
	Sij. - Pro. 2019.	Sij. - Pro. 2018.
SPP Kava	264.531	258.865
SPP Pića	175.307	166.841
SPP Delikatesni namazi	143.473	132.516
SPP Slatko i slano	123.688	132.831
SPP Zdravlje i njega	40.068	44.361
SDP Hrvatska	39.815	37.787
SDP Slovenija	53.606	52.122
SDP Srbija	23.245	32.387
Globalno upravljanje mrežom distributera	13.662	17.848
Ostali segmenti	(188.880)	(329.678)
Ukupno	688.515	545.880

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2019. godinu

BILJEŠKA 4 – ZARADA PO DIONICI

Osnovna zarada po dionici

	<u>2019.</u>	<u>2018.</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	388.880	243.970
Prosječno ponderirani broj dionica	3.331.481	3.332.958
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	116,73	73,19

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.

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 godine završene 31. prosinca 2019., Grupa je nabavila nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine u vrijednosti od 199.031 tisuća kuna (2018.: 150.711 tisuća kuna). U istom razdoblju provedeno je umanjenje vrijednosti dugotrajne materijalne i nematerijalne imovine u iznosu od 43.196 tisuća kuna (2018.: 31.829 tisuća kuna).

BILJEŠKA 6 – ZALIHE

Tijekom godine završene 31. prosinca 2019. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 25.095 tisuća kuna (2018.: 21.736 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 27. lipnja 2019. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 32,00 kune po dionici odnosno sveukupno 106.599 tisuća kuna (2018.: 20,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 66.674 tisuće kuna). Isplata dividende realizirana je u srpnju 2019.

BILJEŠKA 8 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

	<u>2019.</u>	<u>2018.</u>
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima	(5.930)	(12.028)
	(5.930)	(12.028)
Financijski rashodi		
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima	7.738	5.077
Rashodi od kamata po kreditima od banaka	15.245	31.498
Rashodi od kamata po osnovi aktuarskih izračuna obveza za primanja zaposlenih	682	993
Rashodi od kamata po obveznicama	6.386	6.386
Rashodi od kamata po ugovorima o najmu	10.201	-
Ostali troškovi kamata	2.704	11.064
Rashod od kamata i naknada – povezane stranke (bilješka 9)	-	7.219
Ukupno rashodi od kamata	<u>35.218</u>	<u>57.160</u>
Financijski rashodi	42.956	62.237
Financijski rashodi - neto	<u>37.026</u>	<u>50.209</u>

BILJEŠKA 9 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. prosinca 2019. godine i 31. prosinca 2018. godine i stavke računa dobiti i gubitka za godinu završenu 31. prosinca su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>31. prosinca 2019.</u>	<u>31. prosinca 2018.</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	82.896	83.033
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima		
Ostale povezane stranke	2.054	1.833
	<u>Sij. - Pro. 2019.</u>	<u>Sij. - Pro. 2018.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje		
Ostale povezane stranke	510.621	496.026
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	3.043	1.310
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	25.255	4.271
Ostali troškovi		
Ostale povezane stranke	2.225	2.157
Rashodi od financiranja - neto		
Dioničari	-	7.219

BILJEŠKA 10 – PRODAJA I AKVIZICIJA PODRUŽNICA

Atlantic Grupa je tijekom 2019. godine nastavila s korporativnom strategijom dezinvestiranja ne-strateških poslovnih operacija. Početkom travnja 2019. s dugogodišnjim partnerom u distribuciji sportske i aktivne prehrane, njemačkim Genuportom, sklopila ugovor o prodaji poslovnog područja sportske i funkcionalne prehrane koja uključuje marke *Multipower*, *Champ* i *Multaben*, u okviru koje su već prethodno dezinvestirana proizvodna postrojenja sportske i aktivne prehrane belgijskom Aminolabsu.

Atlantic Grupa i PharmaS Group su početkom listopada 2019. potpisali ugovor o prodaji tvrtke Fidifarm d.o.o., u čijem je vlasništvu vodeći hrvatski brend dodataka prehrani *Dietpharm*. PharmaS je, također, preuzeo i *Multivitu*, regionalni brend dodataka prehrani čiji je proizvod *Multivita vitamin C* lider u segmentu vitamina C u šumećoj formi na ruskom tržištu.

U prosincu 2019. Atlantic Grupa je prodala i distribuciju bidona kao osnovnu djelatnost tvrtke Bionatura Bidon Vode d.o.o., zadržavajući brend *Kala* i ukupno poslovanje vezano uz punionicu vode.

Grupa je od navedenih transakcija ostvarila dobitak od prodaje podružnica u iznosu od 32.070 tisuća kuna.

Primljena naknada i potraživanja za prodaju podružnica	
Novac	103.031
Potraživanja	17.000
Ukupni primici od prodaje	120.031
Sadašnja vrijednost neto imovine prodanih podružnica	(83.757)
Transakcijski troškovi	(4.204)
Dobitak od prodaje podružnica	32.070
Sadašnja vrijednost neto imovine prodanih podružnica	
Nekretnine, postrojenja i oprema	21.006
Pravo na korištenje imovine	3.319
Nematerijalna imovina	42.780
Odgođena porezna imovina	444
Zalihe	26.857
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	30.864
Novac i novčani ekvivalenti	8.432
Rezerviranja	(3.246)
Obveze po najmovima	(3.343)
Tekuća obveza poreza na dobit	(638)
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(42.718)
	83.757
Novčani tok od prodaje podružnica	
Primljena naknada u novcu	103.031
Novac u prodanim podružnicama	(8.432)
Primici od prodaje podružnica, neto	94.599

BILJEŠKA 10 – PRODAJA I AKVIZICIJA PODRUŽNICA (nastavak)

Tijekom 2019. godine Grupa je naplatila i 55.972 tisuća kuna po osnovi prodaje proizvodnih postrojenja u 2017. godini uz dobitak u iznosu od 24.778 tisuća kuna.

Također, Grupa je naplatila i iznos od 1.460 tisuća kuna po osnovi prodaje Neve u 2018. godini uz dobitak od 98 tisuća kuna.

Atlantic Grupa je s krajem 2019. godine ušla u strateško partnerstvo s mrežom Vivas kafića, koja okuplja gotovo 300 ugostiteljskih objekata. Grupa na ovaj način značajno osnažuje poslovanje u segmentu espresso kave. Partnerstvo s Vivas kafićima dio je definirane strategije razvoja biznisa kave u Atlantic Grupi, izgradnje leaderske pozicije na hrvatskom tržištu kave i širenja u rastućem segmentu konzumacije izvan kućanstva. Atlantic Grupa je kupila tvrtku Vivascaffe Professional d.o.o.

Plaćena naknada i obveza za kupnju podružnice	
Plaćena naknada	2.206
Obveza za kupnju podružnice	4.200
Ukupni izdaci za kupnju	6.406
Sadašnja vrijednost kupljene neto imovine	-
Goodwill	6.406
Sadašnja vrijednost neto imovine kupljene podružnice na dan 31. prosinca 2019.	
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	-
Novac i novčani ekvivalenti	5
Tekuća obveza poreza na dobit	(5)
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	-
	-
Novčani tok od kupnje podružnice	
Plaćena naknada	2.206
Novac u prodanim podružnicama	(5)
Izdaci za kupnju podružnice, neto	2.201

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 25. veljače 2020. 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. prosinca 2019. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva.

Izvešće posloводства za razdoblje okončano 31. prosinca 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 322

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, Lada Tedeschi Fiorio,
Srećko Nakić, Enzo Smrekar

Predsjednik Nadzornog odbora: Zdenko Adrović

