

Financijski rezultati u 2009. godini

Zagreb – 23. veljače 2010. godine

Rast u skladu s očekivanjima unatoč nepovoljnom makroekonomskom okruženju

- **Rast prodaje na 2.199,4 milijuna kuna**
+ 9,8% na godišnjoj razini
- **Rast operativne dobiti (EBIT-a) na 153,8 milijuna kuna**
+ 18,9% na godišnjoj razini
- **Rast operativne dobiti (EBIT-a) bez jednokratnih utjecaja na 146,2 milijuna kuna**
+ 13,0% u odnosu na isto razdoblje lani
Jednokratni utjecaji u iznosu od 7,6 milijuna kuna - dobit ostvarena otkupom manjinskog udjela DEG-a u Cedeviti d.o.o. umanjena za trošak preseljenja Neve na novu proizvodnu lokaciju
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa u iznosu od 85,1 milijuna kuna**
+23,9% - u odnosu na isto razdoblje lani
+12,8% - rast neto dobiti nakon manjinskih interesa bez jednokratnih utjecaja na iznos od 77,4 milijuna kuna u odnosu na isto razdoblje lani

Komentar predsjednika Uprave

Predsjednik Uprave Atlantic Grupe, Emil Tedeschi, komentirao je rezultate poslovanja kompanije u 2009. godini te očekivanja u 2010. godini:

“Ostvarivši dvoznamenkasti rast prihoda uz nastavak poboljšanja profitabilnosti, Atlantic Grupa ponovno je ispunila najavljena očekivanja u izazovnom makroekonomskom okruženju zahvaljujući stabilnosti poslovnog modela te predanosti menadžmenta. Uz **Cedevitu GO!** i **Multipower Active** kao primjere inovativnog promišljanja i stvaranja, kompanija je nastavila sa **širenjem ljekarničkog lanca Farmacia**, ali i **distributivnog portfelja potpisivanjem ugovora s novim principalima**. Istovremeno je velika pozornost posvećena **upravljanju troškovima** te shodno tome povećanju operativne efikasnosti, no također i održavanju likvidnosti, **stabilnosti novčanog toka iz poslovnih aktivnosti** te upravljanju dugom. Očekujemo da će makroekonomsko okruženje u 2010. godini biti još izazovnije za realni sektor, te ističemo razborito upravljanje rizicima u poslovanju uz daljnje poticanje inovativnosti kao imperativ u prevladavanju nepovoljnih makroekonomskih kretanja.“

Financijski sažetak u 2009. godini

Ključni pokazatelji	2009	2008	Promjena 09/08
Prodaja (u mil. kuna)	2.199	2.003	9,8%
Prihodi (u mil. kuna)	2.225	2.020	10,1%
EBIT marža*	6,6%	6,5%	+19 bps
Neto dobit nakon manjinskih interesa (u mil. kuna)*	77	69	12,8%
Odnos neto duga i kapitala	26,3%	28,1%	

*Bez jednokratnih stavaka

KLJUČNI DOGAĐAJI u 2009. godini

Divizija Zdravlje i njega: Cedevita GO! – prilika za daljnji rast potrošnje Cedevite kroz novi distribucijski kanal

Prema posljednjim podacima istraživačke agencije AC Nielsen, u razdoblju od prosinca 2008. godine do studenog 2009. godine vitaminski instant napitak Cedevita dominirao je s 91,5 postotnim udjelom na hrvatskom VIN tržištu. Menadžment smatra održavanje tako visokog tržišnog udjela posljedicom snage i prepoznatljivosti Cedevita branda posebno uzevši u obzir da je prema podacima istraživačke agencije Canadean cjelokupno hrvatsko tržište bezalkoholnih napitaka u 2009. godini palo za 6,0% u odnosu na isto razdoblje lani. U periodu od prosinca 2008. godine do studenog 2009. godine, Cedevita je na slovenskom tržištu držala također dominantnih 85,1% u uvjetima kad je slovensko tržište bezalkoholnih napitaka zabilježilo 3,3 postotni godišnji pad u 2009. godini.

Prema podacima AC Nielsena, Cedevita GO! je od svog lansiranja u veljači 2009. godine (okus naranča, dok je okus limun lansiran u lipnju) pa do studenog 2009. godine osvojila 3,3 posto hrvatskog tržišta 'on-the-go' napitaka u uvjetima kad je cjelokupno hrvatsko 'on-the-go' (uključujući sva bezalkoholna pića u pakiranjima do 0,75l) tržište zabilježilo 12,0 postotni količinski pad na godišnjoj razini, odnosno 7,8 postotni vrijednosni pad na godišnjoj razini. Uzevši u obzir vremenski period potreban da se distribucijski pokrije cjelokupno tržište te također pomak u lansiranju Cedevite GO! s okusom limuna, menadžment smatra ostvareni rezultat zadovoljavajućim uzevši u obzir da prvorangirani s dugogodišnjom prisutnošću na hrvatskom 'on-the-go' tržištu te s značajnim marketinškim sredstvima na raspolaganju drži 15,1 postotni vrijednosni tržišni udio. Potonje pokazuje snagu Cedevita branda, no ujedno i fragmentirani karakter hrvatskog 'on-the-go' tržišta. U periodu od početka regionalne distribucije (koji je trajao od veljače do lipnja) pa do kraja 2009. godine, ostvarena je ukupna prodaja Cedevite GO! u visini od 50 milijuna kuna.

Tijekom 2009. godine, Atlantic Grupa ostvarila je investiciju u vrijednosti od 32 milijuna kuna u novi proizvodni pogon Neve na lokaciji u Rakitju. S ciljem podizanja efikasnosti u proizvodnji Nevinog proizvodnog asortimana, novi moderni proizvodni pogon smješten je na 2.700 četvornih metara na dvije etaže te obuhvaća infrastrukturu potrebnu za proizvodnju, priručna skladišta te sustav obrade vode.

Divizija Distribucija: Novi distribucijski ugovori u 2009. i 2010. godini namijenjeni daljnjem balansiranju distribucijskog portfelja

Tijekom 2009. godine distribucijsko poslovanje Atlantic Grupe započelo je s distribucijom novih programa među kojima se najviše ističu distribucija slanog i slatkog snacka u sklopu Karolina asortimana, Ferrero program za slovensko tržište te također Nestle-ov NESCAFE program u HoReCa kanalu. Novi distribucijski ugovori imali su kako pozitivan efekt za Atlantic Grupu kao distributera, tako i same principale budući da im osiguravaju distribucijsku pokrivenost cjelokupnog tržišta te dobru pozicioniranost njihovog proizvodnog asortimana. Nastavno na distribucijske ugovore sklopljene u 2009. godini, novi distribucijski ugovori sklopljeni početkom 2010. godine također indiciraju snagu distribucijskog poslovanja kompanije, razvijenost distribucijske infrastrukture te stratešku opredijeljenost kompanije na tri ključna

faktora: (i) jačanje distributerske pozicije u regiji kroz geografsku diverzifikaciju distribucijskog portfelja uz posljedično smanjenje marginalnih troškova distribucije, (ii) kreiranje balansiranog distribucijskog portfelja koji osigurava lakše prevladavanje ekonomskih ciklusa te (iii) selektivan odabir principala.

- Nakon sklapanja distribucijskog ugovora za slovensko tržište za distribuciju brandova Nutella, Kinder, Ferrero Rocher i Mon Cheri, jedan od vodećih svjetskih proizvođača konditorskih proizvoda – **Ferrero** odlučio se angažirati Atlantic Grupu kao svog distributerskog partnera za **tržište Srbije za distribuciju hladnog programa**, konkretno Milk Schnitte i Kinder Pingui s čijom se distribucijom počelo u veljači. Nastavno na dosadašnje rezultate ostvarene u regiji, Ferrero je time ponovno ukazao povjerenje Atlantic Grupi koja novim distribucijskim ugovorima u Srbiji nastavlja s jačanjem svoje regionalne distributerske pozicije.
- Nakon sklapanja ugovora za distribuciju Rauch sokova u HoReCa kanalu, Rauch se odlučio angažirati Atlantic Grupu i za distribuciju ukupnog **Rauch asortimana u cjelokupnom 'retail' kanalu** (uključujući sve vrste juiceva, nektara, ledene čajeve, isotonike i ice coffee s brandovima Happy Day, Bravo, Nativa, Rauch ledeni čaj) s planiranim početkom u ožujku.
- Početkom ožujka kreće distribucija **impulsnog asortimana tvrtke One2play**, jednog od vodećih domaćih dobavljača u segmentu igračaka, multimedijalnih sadržaja itd. poznatih vlasnika licenci poput Disney, Gormiti, Ben Ten i sl.. Distribucija impulsnog asortimana na tržištima Hrvatske, Slovenije i Makedonije uključuje distribuciju skupina proizvoda poput mini igračaka, igračaka sa slatkišima te DVD-a s crtanim filmovima. Distribucija ovog asortimana s velikim tržišnim potencijalom svakako reflektira fokus na daljnju diverzifikaciju distributivnog asortimana Atlantic Grupe.

Divizija Sportska i aktivna prehrana: Inovacije u proizvodnom asortimanu

U segmentu sportske i aktivne prehrane prošle godine lansirana je inovativna linija proizvoda izdržljivosti – Multipower Active – s namjerom postizanja 3 strateška cilja: (i) povećanja potrošačke baze proizvoda sportske i aktivne prehrane adresiranjem šire skupine potrošača od onih u fitness centrima i teretanama, (ii) promišljenog širenja proizvodnog portfelja u sklopu Multipower branda s ciljem dodatnog jačanja prepoznatljivosti branda, a shodno tome i povećanja tržišnih udjela te (iii) razvoja novih trendova u segmentu sportske i aktivne prehrane kojim se signalizira kako je proizvodna paleta Multipower branda namijenjena svim sportašima koji aktivno treniraju. U 2009. godini, ova linija proizvoda izdržljivosti ostvarila je najbolje rezultate prodaje u sportskim maloprodajnim formatima te također u specijaliziranim sportskim prodavaonicama namijenjenim biciklistima i joggerima i to na tržištima Italije, Nizozemske, Velike Britanije, Njemačke i Austrije.

U 2009. godini najdinamičniji rast prodaje ostvaruje pak brand Champ u drogerijskom tipu maloprodajnih formata poput DM-a, Rossmann itd., što u kombinaciji s rastom branda Multaben indicira razvoj novih trendova u segmentu sportske i aktivne prehrane, odnosno sve aktivnije približavanje sportske i aktivne prehrane širem krugu potrošača orijentiranim na zdrav život, a ne isključivo samo krugu potrošača orijentiranim na postizanje vrhunskih sportskih rezultata.

Divizija Pharma: Daljnja ekspanzija ljekarničkog poslovanja, ulazak u veledrogerijsko poslovanje, širenje VMS/OTC asortimana

- **Daljnja ekspanzija ljekarničkog poslovanja:** U sklopu divizije Pharma tijekom 2009. godine otvoreno je 9 novih lokacija od kojih se 4 odnosi na ljekarne te 5 na specijalizirane prodavaonice. Valja napomenuti kako su od 9 novih lokacija, 3 locirane u trgovačkim centrima (od čega 2 u novootvorenim zagrebačkim trgovačkim centrima, West Gate i Garden Mall). Naime, menadžment divizije Pharma smatra potonje važnim za daljnji razvoj ljekarničkog poslovanja s obzirom da su upravo trgovački centri sve posjećeniji u Hrvatskoj, a ujedno u istima dominira prodaja upravo onog asortimana kojeg karakterizira viša profitabilnost (dodaci prehrani, bezreceptni (OTC) lijekovi te ostali proizvodi čija je distribucija organizirana kroz ljekarnički kanal).

S ciljem daljnjeg učvršćivanja tržišne pozicije u segmentu ljekarničkog poslovanja kao i okrupnjavanja ljekarni na hrvatskom tržištu, Atlantic Grupa je u kolovozu prošle godine preuzela 49%-tni udio u društvu Livia d.o.o. od islandskog Pharma Investmenta.

- **Veledrogerijsko poslovanje:** Nakon što je u prvoj polovici godine divizija Pharma započela s veledrogerijskim poslovanjem na hrvatskom tržištu s diferenciranim strateškim fokusom na tržišnu nišu (OTC, dodaci prehrani, medicinska kozmetika, medicinska pomagala, dio asortimana robe široke potrošnje) kroz ekskluzivne distribucijske ugovore, do kraja godine osigurana je pokrivenost cjelokupnog tržišta suradnjom s svim ljekarničkim jedinicama (preko 1.000 ljekarničkih jedinica i 120 specijaliziranih prodavaonica).
 - **Širenje asortimana VMS/OTC-a:** Pod brandom Dietpharm lansirano je 10 novih proizvoda na tržište vitamina, minerala i dodataka prehrani tijekom 2009. godine, dok je u 2010. godini planirano lansiranje 4 nova proizvoda. Novim proizvodima te većom zastupljenošću u Farmacia Ljekarnama brand Dietpharm zadržava vodeću poziciju s 23,9 postotnim udjelom na hrvatskom VMS tržištu. Tijekom prošle godine lansiran je jedan novi OTC proizvod dok su 2 OTC lijeka doživjela redizajn (Purisan te Uvin H forte granule). U 2010. godini planirano je lansiranje 10 novih OTC proizvoda što reflektira srednjoročni fokus na razvoj OTC segmenta prvenstveno zbog profitabilnosti istog.
- Valja istaknuti kako je kompanija tijekom 2009. godine poduzela korake za osiguranje vertikalne integracije unutar divizije Pharma: proizvodnja VMS/OTC asortimana pod brandovima Dietpharm/Fidifarm – veledrogerijsko poslovanje – trgovina na malo (ljekarnički lanac Farmacia).

Ostali događaji: Market making dionicama Atlantic Grupe

Početak veljače 2010. godine, Erste vrijednosni papiri Zagreb d.o.o. započeli su s pružanjem usluga market makinga za dionice Atlantic Grupe, čime je upravo Atlantic Grupa postala prva dionica na hrvatskom tržištu kapitala kojoj specijalist daje potporu likvidnosti. Odluka o angažiranju specijalista kombinira kratkoročne i dugoročne ciljeve Atlantic Grupe na domaćem tržištu kapitala, a koji se odnose na: (i) povećanje likvidnosti dionica, (ii) povećanje investicijske atraktivnosti dionica, (iii) stvaranje dodatne sigurnosti za dioničare i to posebice male dioničare te u konačnici (iv) dugoročnu strategiju uvrštenja Atlantic Grupa u prime market Zagrebačke burze.

DINAMIKA PRODAJE u 2009. godini

Profil prodaje po divizijama

2009	Distribucija	Zdravlje i njega	Sportska i aktivna prehrana	Pharma	Grupa
Bruto prodaja	1.318.699	494.199	492.738	296.816	2.602.451
Prodaja među segmentima					403.039
Konsolidirana prodaja					2.199.413
2008					
Bruto prodaja	1.155.518	448.236	478.785	284.243	2.366.782
Prodaja među segmentima					363.856
Konsolidirana prodaja					2.002.926
Promjena 09/08					
Bruto prodaja	14,1%	10,3%	2,9%	4,4%	
Prodaja među segmentima					
Konsolidirana prodaja					9,8%

U izrazito izazovnom makroekonomskom okruženju na svim tržištima na kojima posluje, Atlantic Grupa ostvarila je **rast prihoda od prodaje u 2009. godini od 9,8% na 2.199,4 milijuna kuna** čime kompanija bilježi rast iznad ranije komuniciranog plana od 2.143 milijuna kuna. Pritom je rast konsolidirane prodaje potaknut rastom prodaje sve četiri divizije, pri čemu najviše stope rasta bilježe divizije Distribucija te Zdravlje i njega.

- Ostvarivši 14,1 postotni rast prodaje u 2009. godini, **distribucijsko poslovanje Atlantic Grupe** potvrđuje veličinu i snagu svoje infrastrukture u regiji. Geografski promatrano, naj snažnije stope rasta divizija je ostvarila na tržištima Slovenije i Srbije, pri čemu je prodaja u Sloveniji ponajviše bila potaknuta početkom distribucije Ferrero asortimana (u kolovozu 2009. godine) te također rastom HoReCa kanala. Distribucija Ferrero asortimana trebala bi pružiti dodatan poticaj rastu prodaje na slovenskom tržištu u 2010. godini. Na tržištu Srbije rast je potaknut jačanjem HoReCa distribucijskog kanala, lansiranjem Cede vite GO! te rastom distributivnih kategorija s čijom se distribucijom započelo u 2008. godini. Na hrvatskom tržištu rast prodaje je među ostalim potaknut lansiranjem Cede vito GO!, novim distribucijskim ugovorom u HoReCa kanalu te također distribucijom asortimana slatkog i slanog snacka pod Karolina brandom. Atlantic Grupa značajnu pozornost posvećuje jačanju HoReCa distribucijskog kanala koji čini oko 10% prihoda od prodaje divizije Distribucija te uz Hrvatsku snažniji potencijal rasta istog vidi u Sloveniji i Srbiji. Naime, potencijal potonjeg očituje se iz kombinacije dva čimbenika: turističkog razvoja zemalja te također kulturološki-socioloških faktora povezanih uz navike potrošača.

- **Divizija Zdravlje i njega** bilježi **10,3 postotni rast prodaje** u 2009. godini ponajviše zahvaljujući razvoju novih proizvoda, pri čemu se Cedevita GO! ističe kao dominantna inovacija u proizvodnom portfelju kompanije, no ujedno i inovativnosti u ostalim proizvodnim segmentima poput lansiranih Montana kolača i pita produljene svježine. Rast prodaje u ovoj diviziji također je rezultat snažnog rasta prodaje Multivitinih proizvoda na ruskom tržištu. Uzevši u obzir daljnji potencijal razvoja ruskog tržišta u tandemu s potencijalnim dugoročnim rastom osobne potrošnje i raspoloživog dohotka ruskih potrošača, kompanija očekuje nastavak pozitivnih ostvarenja Multivitinog asortimana na ovom tržištu. Kako bi se maksimalno iskoristio potencijal ruskog tržišta, uz već postojeće predstavništvo Atlantic Multipowera u Moskvi, planira se i otvaranje predstavništva Multivite.
- Unatoč nepovoljnom makroekonomskom okruženju u europskim zemljama u kojima **divizija Sportska i aktivna prehrana** ponajviše plasira svoje proizvode, potonja bilježi **2,9 postotni rast prodaje** pri čemu tržišta Švicarske, Rusije i Austrije bilježe snažne dvoznamenkaste stope rasta. Pritom, snažan rast na ruskom tržištu povezan je s promjenom distributera s agilnijim pristupom prema tamošnjim fitness centrima. Rast na austrijskom i švicarskom tržištu ponajviše je pak povezan s lansiranjem nove linije izdržljivosti pod brandom Multipower Active. Njemačko tržište bilježi nižu jednoznamenkastu stopu rasta zahvaljujući kako snazi prvorangiranog Multipower branda tako i cjenovno niže pozicioniranog branda – Champa s kojim je kompanija prvenstveno prisutna u drogerijskom segmentu (npr. DM, Rossman, Kaufland, itd). Upravo potonji brand bilježi najdinamičniji rast među brandovima sportske i aktivne prehrane u 2009. godini, dok solidan rast bilježi i brand Multaben u segmentu funkcionalne hrane.
- **Divizija Pharma** ostvarila je **4,4 postotni rast prihoda od prodaje** uslijed 12,5 postotnog rasta prihoda od prodaje Fidifarma te niže jednoznamenkaste stope rasta prihoda od prodaje vodećeg privatnog ljekarničkog lanca Farmacia. Sporiji rast prodaje divizije Pharma došao je uslijed (i) izdvajanja dvije ljekarne iz ZU Coner krajem kolovoza u zamjenu za manjinski udio preostalih ljekarni koje nakon provedene reorganizacije posluju u sklopu ZU Farmacia te također (ii) pražnjenja zaliha kod vanjskih veledrogerijskih posrednika uslijed prelaska na vlastito veledrogerijsko poslovanje. Valja napomenuti kako su dvije spomenute ljekarne ostvarile godišnji promet u 2008. godini od nešto manje od 30 milijuna kuna.

Pregled prodaje po tržištima

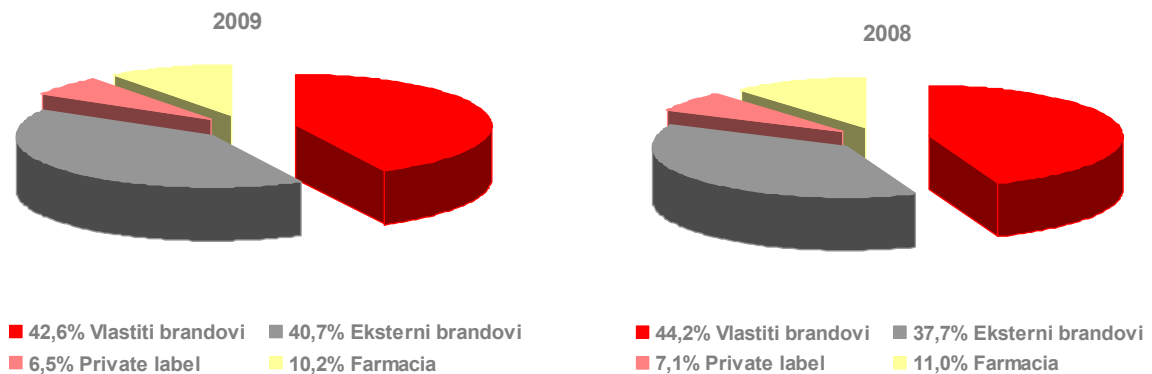
U milijunima kuna	2009	% prihoda od prodaje	2008	% prihoda od prodaje	Promjena 09/08	u CER
Hrvatska	1.321,4	60,1%	1.263,6	63,1%	4,6%	
Njemačka	239,7	10,9%	234,0	11,7%	2,4%	0,7%
Srbija	130,8	5,9%	98,5	4,9%	32,8%	50,5%
Slovenija	118,4	5,4%	49,6	2,5%	138,9%	134,8%
Bosna i Hercegovina	76,2	3,5%	67,9	3,4%	12,1%	10,3%
Velika Britanija	40,1	1,8%	43,0	2,1%	-6,9%	2,1%
Italija	43,0	2,0%	44,0	2,2%	-2,3%	-3,9%
Ostale države	229,9	10,4%	202,2	10,1%	13,7%	
Ukupna prodaja	2.199,4	100,0%	2.002,9	100,0%	9,8%	

- **Tržište Hrvatske** bilježi rast prihoda od prodaje od 4,6% na 1.321 milijun kuna s dominantnim udjelom u ukupnim prihodima od prodaje od 60,1% te doprinosom rastu ukupnih prihoda od prodaje od 288 baznih bodova. Ostvareni rast ponajviše je potaknut lansiranjem Cedevite GO! te novim distribucijskim ugovorima u distribucijskom portfelju kompanije. Menadžment smatra ostvarenje na hrvatskom tržištu zadovoljavajućim uzevši u obzir iznimno nepovoljna makroekonomska kretanja tijekom 2009. godine uz (i) realni pad hrvatskog gospodarstva od 6,2% godišnje u prvih devet mjeseci 2009. godine te očekivanu stopu kontrakcije od oko 6% u 2009. godini, (ii) smanjenje osobne potrošnje od 8,8% u prva tri kvartala 2009. godine uslijed oslabljene kupovne moći potrošača, smanjenog raspoloživog dohotka stanovništva te povećanja fiskalnih nameta (krizni porez na dohodak građana u rasponu od 2-4% te povećanje PDV-a za 1 postotni bod na 23%), (iii) negativne trendove na tržištu rada s registriranom stopom nezaposlenosti u prosincu 2009. godine od 16,7% u odnosu na 13,7% krajem 2008. godine te također rastom nesigurnosti u zadržavanje radnih mjesta, (iv) realni pad trgovine na malo (izuzev trgovine motornim vozilima i motociklima) od 5,8% godišnje u 2009. godini te (v) snažan pad prihoda od turizma od 15,7% godišnje u trećem kvartalu i očekivane više od milijardu eura niže turističke potrošnje u 2009. godini.
- Najsnažnije stope rasta na prihodovnoj strani u 2009. godini dolaze sa susjednih tržišta Slovenije i Srbije od 138,9% (134,8% u CER iznosu), odnosno 32,8% (50,5% u CER iznosu) na godišnjoj razini. Geografski promatrano, s 344 bazna boda upravo je **tržište Slovenije** ostvarilo najznačajniji doprinos rastu ukupnih prihoda od prodaje i to prvenstveno zahvaljujući početku distribucije Ferrero programa. Dok potonje izvire kao najsnažniji generator rasta, lansiranje Cedevite GO! te rast prodaje Cedevite u HoReCa kanalu također doprinosi rastu. Ostvareni rast ponajviše treba istaknuti u svjetlu kontrakcije slovenskog gospodarstva od 8,6% godišnje u prvih devet mjeseci 2009. godine (pad ekonomske aktivnosti četvrti kvartal za redom) popraćeno s 2,1 postotnim godišnjim padom osobne potrošnje te 3,4 postotnim godišnjim padom zaposlenosti u trećem kvartalu 2009. godine. Bez utjecaja tečajnih kretanja, **tržište Srbije** nosi 50,5 postotni rast prodaje zahvaljujući lansiranju Cedevite GO!, rastu prodaje Cedevite u svim distribucijskim kanalima, rastu prodaje Multivitinog asortimana te također rastu prodaje novijih eksternih brandova. Valja istaknuti kako je snažan rast ostvaren u uvjetima smanjenja

gospodarske aktivnosti od 3,5% godišnje u prvih devet mjeseci 2009. godine, odnosno procijenjenog pada BDP-a u 2009. godini od 2,9% te smanjene kupovne moći potrošača uslijed rasta stope nezaposlenosti na 16,6% u listopadu 2009. godine s 14,0% iz istog razdoblja lani.

- Na tri ključna **Zapadnoeuropska tržišta**, jedino tržište **Njemačke** bilježi rast od 2,4% ponajviše zahvaljujući rastu prodaje branda sportske i aktivne prehrane u drogerijskom kanalu – Champa. Bez utjecaja tečajnih kretanja, rast je iznosio 0,7% reflektirajući 5,0 postotnu kontrakciju njemačkog gospodarstva u 2009. godini, rast stope nezaposlenosti na 8,2% u 2009. godini te 1,8 postotni pad trgovine na malo. **Tržište Velike Britanije** bilježi 2,1 postotni rast ukoliko se izuzme utjecaj GBP/HRK tečaja unatoč 4,8 postotnom padu gospodarske aktivnosti u 2009. godini uslijed 3,0% nižoj osobnoj potrošnji te rasta stope nezaposlenosti na 7,6% s 5,7% u 2008. godini. Valja napomenuti kako menadžment smatra ostvareni rast na tržištu Velike Britanije zadovoljavajućim posebno uzevši u obzir da je prva polovica 2009. godine bila obilježena obustavom prodaje jednom od ključnih kupaca u tijeku pregovora o obnovi ugovora, koji su potom uspješno privedeni kraju u svibnju. **Tržište Italije** bilježi negativna kretanja na razini prodaje reflektirajući pritom negativna makroekonomska kretanja u 2009. godini što se odrazilo kontrakcijom ekonomske aktivnosti od 4,8% godišnje.
- **Ostala tržišta** bilježe 13,7 postotni rast na krilima prodaje Multivitinog i Multipowerovog asortimana u Rusiji te također rasta tržišta Austrije i Švicarske zahvaljujući lansiranju nove linije proizvoda u segmentu sportske i aktivne prehrane – linije izdržljivosti pod brandom Multipower Active.

Profil prodaje



- U 2009. godini prodaja **vlastitih brandova** bilježi 5,8 postotni rast te s 42,6 postotnim udjelom u ukupnim prihodima od prodaje Grupe čini dominantnu prodaju u skladu s strateškim opredjeljenjem kompanije na daljnji razvoj vlastitih brandova. Naime, menadžment smatra potonje ključnim uslijed fokusa na daljnje poboljšanje profitabilnosti kompanije. Prodaja vlastitih brandova također je doprinijela rastu ukupnih prihoda od prodaje za 257 bazna boda. Ostvareni rast prodaje dolazi na krilima (i) lansiranja Cedevite GO! na hrvatskom tržištu te u regiji, (ii) rasta prodaje proizvoda pod brandom Champ, (iii) rasta prihoda od prodaje Multivitaminog asortimana prvenstveno na tržištu Rusije te (iv) inovativnosti u segmentu sportske i aktivne prehrane – lansiranjem linije izdržljivosti pod brandom Multipower Active.
- Kontinuiranim širenjem distributivnog portfelja kompanije, kao imperativom redovnog poslovanja divizije Distribucija, prihodi od prodaje **eksternih brandova** bilježe 18,8 postotni rast te shodno tome 308 bazna boda viši udio u ukupnim prihodima od prodaje od 40,7%. Među značajnijim generatorima rasta pritom se ističu nove distributivne kategorije poput slatkog i slanog snacka u sklopu Karolina asortimana na hrvatskom tržištu te Ferrero programa u Sloveniji. Potonji bi puni potencijal trebao ostvariti u 2010. godini.
- U skladu s strateškim fokusom kompanije na identificiranje te posljedično smanjenje onih privatnih robnih marki koje ne nose zadovoljavajuće profitne marže, prodaja **privatnih robnih marki (private label)** bilježi pad u visini od 0,6% godišnje te daljnji pad udjela u ukupnim prihodima kompanije.
- U skladu s već spomenutim izdvajanjem dviju ljekarni iz ZU Coner, **Farmacia** bilježi 1,9 postotni rast prodaje u 2009. godini te shodno tome 80 baznih bodova niži udio u ukupnim prihodima od prodaje. Menadžment očekuje da će novootvorene ljekarne krajem prošle godine ostvariti zamah u prodajnim rezultatima u 2010. godini.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI u 2009. godini

U milijunima kuna	2009	2008	Promjena 09/08
Prodaja	2.199,4	2.002,9	9,8%
EBITDA	197,0	169,3	16,4%
EBITDA bez jednokratnih utjecaja	189,4	169,3	11,9%
EBIT	153,8	129,4	18,9%
EBIT bez jednokratnih utjecaja	146,2	129,4	13,0%
Neto dobit	97,3	78,4	24,2%
Neto dobit bez jednokratnih utjecaja	89,7	78,4	14,5%
<i>Profitne marže</i>			
EBITDA marža	9,0%	8,5%	+51 bps
EBITDA marža bez jednokratnih utjecaja	8,6%	8,5%	+16 bps
EBIT marža	7,0%	6,5%	+53 bps
EBIT marža bez jednokratnih utjecaja	6,6%	6,5%	+19 bps
Neto profitna marža	4,4%	3,9%	+51 bps
Neto marža bez jednokratnih utjecaja	4,1%	3,9%	+17 bps

Ključne odrednice:

- Ostvareni rezultati na razini profitabilnosti u 2009. godini indiciraju fokusiranost menadžmenta Atlantic Grupe na troškovnu optimizaciju te podizanje efikasnosti poslovnih procesa kompanije. Naime, kompanija bilježi 18,9 postotni rast **operativne dobiti (EBIT-a)** na 153,8 milijuna kuna, dok je izuzimanjem utjecaja jednokratnih stavki ostvaren godišnji rast od **13,0%** na **146,2 milijuna kuna**. Jednokratne stavke u iznosu od 7,6 milijuna kuna odnose se na jednokratnu dobit ostvarenu pri otkupu manjinskog udjela u Cedeviti d.o.o. od njemačke razvojne banke DEG u iznosu od 9,9 milijuna kuna (čime je Atlantic Grupa povećala svoj vlasnički udio u Cedeviti d.o.o. za 30% na 81%) koja je umanjena za 2,2 milijuna kuna jednokratnog troška nastalog uslijed transfera proizvodnje Neve na novu proizvodnu lokaciju u Rakitju.
- Istovremeno valja istaknuti da je ostvaren i rast profitnih marži bez jednokratnih utjecaja na svim razinama profitabilnosti:
 - ✓ EBITDA marža: +16 bb na 8,6%
 - ✓ EBIT marža: +19 bb na 6,6%
 - ✓ Neto profitna marža: +17 bb na 4,1%

Operativna profitabilnost divizija

U milijunima kuna	2009	2008	Promjena 09/08
Distribucija	31,2	25,2	23,7%
Zdravlje i njega	86,8	65,6	32,2%
Sportska i aktivna prehrana	21,5	16,0	34,2%
Pharma	9,6	21,8	-55,7%
EBIT	149,2	128,7	15,9%
Nealocirano	4,7	0,7	
Grupni EBIT	153,8	129,4	18,9%

- **Divizija Distribucija** bilježi rast operativne profitabilnosti od 23,7% na godišnjoj razini na 31,2 milijuna kuna zahvaljujući nastavku optimizacijskih aktivnosti uključujući optimizaciju distribucijsko-logističkih procesa postignutu unajmljivanjem centralnog skladišta ukupne površine 10.000 kvadrata na Jankomiru. Tijekom 2009. godine, menadžment ove divizije posebnu je pozornost posvetio reorganizaciji prodajne sile s ciljem postizanja što veće efikasnosti u operativnim procesima distribucije.
- **Divizija Zdravlje i njega** bilježi poboljšanje operativne profitabilnosti od 32,2% na godišnjoj razini na 86,8 milijuna kuna zahvaljujući nizu aktivnosti poduzetih u 2009. godini kao što su primjerice ostvarene uštede u procesima nabave sirovina i materijala. Isto tako, ostvaren je transfer proizvodnje Nevinog asortimana u novi proizvodni pogon u Rakitju u investiciji vrijednoj 32 milijuna kuna, čime se očekuje daljnje poboljšanje efikasnosti u proizvodnji Nevinog asortimana (kozmetika i proizvodi osobne njega). Valja napomenuti kako će Atlantic Grupa realizirati te shodno tome i prikazati neto dobit ostvarenu prodajom Nevine prethodne lokacije u Tuškanovoj u visini od 45 milijuna kuna u financijskim rezultatima 2010. godine.
- **Divizija Sportske i aktivne prehrane** nastavlja s fokusiranim poboljšanjem operativne profitabilnosti i u 2009. godini te nakon 81 postotnog rasta u 2008. godini i u 2009. godini bilježi najsnažniji rast operativne profitabilnosti od 34,2% posljedično na okončano restrukturiranje u godini ranije. Istovremeno, poboljšanju profitabilnosti doprinijeli su i naponi u identificiranju i posljedičnom smanjenju onih 'private label' poslova koji su imali manje zadovoljavajuću profitabilnost kao i daljnjeg optimiranja marketinških i drugih aktivnosti.
- Kao što je najavljivano u dosadašnjoj komunikaciji, **divizija Pharma** bilježi pad operativne profitabilnosti u 2009. godini od 55,7% godišnje na 9,6 milijuna kuna uslijed troškova nastalih pokretanjem novih aktivnosti:

- Prva aktivnost odnosi se na pokretanje veletrgovačkog poslovanja s diferenciranim strateškim pristupom. Naime, pokretanje spomenutog rezultiralo je dvostruko negativnim utjecajem na EBIT divizije, prvo kroz inicijalne troškove potrebne za postavljanje infrastrukture poput primjerice novih zapošljavanja, logističkih troškova itd., a drugo kroz restrukturiranje Dietpharmove prodajne organizacije. Naime, lansiranje veletrgovačkog poslovanja u konačnici je rezultiralo zaobilaženjem dosadašnjih veletrgovačkih posrednika, a time i smanjenjem zaliha kod istih te posljedično i manju prodaju Dietpharmovog asortimana od strane Atlantic Grupe. Menadžment očekuje da inicijalna ulaganja u tandemu s navedenim restrukturiranjem budu nadoknađena u nadolazećim razdobljima.
- Druga aktivnost odnosi se na otvaranje novih ljekarni i specijaliziranih prodavaonica te time povezanim inicijalnim troškovima u postavljanje cjelokupne infrastrukture, primjerice zapošljavanje novog osoblja, rast troška usluga kroz najam i uređenje poslovnog prostora i sl. Istovremeno, valja naglasiti kako bi poduzete aktivnosti trebale osigurati zamah u prodaji novootvorenih lokacija u nadolazećim razdobljima.

Struktura operativnih troškova

U milijunima kuna	2009	% prihoda od prodaje 09	2008	% prihoda od prodaje 08	Promjena 09/08
Nabavna vrijednost prodane robe	1.044,5	47,5%	929,6	46,4%	12,4%
Proizvodni materijal i energija i promjene vrijednosti zaliha	271,9	12,4%	264,4	13,2%	2,8%
Usluge	154,6	7,0%	127,7	6,4%	21,1%
Troškovi osoblja	322,5	14,7%	310,2	15,5%	3,9%
Troškovi marketinga i prodaje	142,6	6,5%	133,4	6,7%	6,9%
Ostali operativni troškovi	100,7	4,6%	85,3	4,3%	18,0%
Ostali dobiti/gubici - neto	- 8,6	-0,4%	0,3	0,0%	n/a
Ukupni operativni troškovi	2.028,2	92,2%	1.850,9	92,4%	9,6%

Ukoliko se izuzme utjecaj jednokratnih stavki iz stavke 'ostali dobiti/gubici – neto', udio operativnih troškova u ukupnim prihodima od prodaje bilježi tek blagi rast na 92,6% s 92,4% u 2008. godini reflektirajući time troškovni fokus kompanije. Promatrajući pojedinačno stavke operativnih troškova valja istaknuti slijedeće:

- **Troškovi nabavne vrijednosti prodane robe** – bilježe rast udjela u ukupnim prihodima za 108 baznih bodova na 47,5% u odnosu na 2008. godinu uslijed promjena u prodajnom miksu izazvanih rastom udjela prodaje eksternih brandova u ukupnim prihodima.
- **Troškovi usluga** – bilježe rast udjela u ukupnim prihodima od prodaje od 66 bazna boda na 7,0% posljedično na proizvodne usluge za Cedevitu GO! (npr. punjenje bočica vodom) te troškove u novootvorenim ljekarničkim jedinicama.
- **Troškovi osoblja** – iako se broj zaposlenih u 2009. godini povećao na 1.719 s 1.672 koliko je iznosio u 2008. godini, udio troškova osoblja u ukupnim prihodima smanjio se na 14,7% s 15,5% u 2008. godini posljedično na povećanje razine produktivnosti po zaposlenom.

OSVRT NA ČETVRTI KVARTAL 2009. godine

Ključni pokazatelji (HRKm)	4Q09	4Q08	Promjena 09/08
Prihodi	570,0	510,6	11,6%
Prodaja	565,1	505,8	11,7%
EBITDA	38,1	28,7	32,8%
EBIT	25,2	19,2	31,1%
Neto dobit nakon manjinskih interesa	12,9	6,1	112,4%
EBITDA marža	6,7%	5,7%	+107 bps
EBIT marža	4,5%	3,8%	+66 bps
Neto profitna marža	2,3%	1,2%	+108 bps

U četvrtom kvartalu 2009. godine nastavljen je trend u poslovanju ostvaren u devetomjesečnom razdoblju te Atlantic Grupa bilježi dvoznamenkasti rast na razini prodaje i također na svim razinama profitabilnosti pa shodno tome i poboljšanje profitnih marži.

- **Prihodi od prodaje** u četvrtom kvartalu prošle godine bilježe 11,7 postotni rast u odnosu na isto razdoblje u 2008. godini unatoč recesivnom makroekonomskom okruženju. Pritom, snažne dvoznamenkaste stope rasta bilježe divizije Distribucija i Zdravlje i njega, pri čemu prethodna ponajviše ubire plodove od početka distribucije Ferrero programa u Sloveniji (od kolovoza 2009. godine). Divizija Sportske i aktivne prehrane bilježi srednju jednoznamenkastu stopu rasta prodaje ponajviše uslijed izlaska ključnih Zapadnoeuropskih tržišta iz recesije. Divizija Pharme bilježi blaži jednoznamenkasti pad prodaje uslijed ranije spomenutog izdvajanja dviju ljekarni iz ZU Coner od rujna prošle godine.
- **Profitabilnost** u četvrtom kvartalu bilježi snažan rast, pri čemu je operativna profitabilnost 31,1% viša u odnosu na isto razdoblje lani što se potom reflektiralo i u 66 baznih bodova višoj operativnoj marži. Promatrajući po divizijama, najviši rast operativne profitabilnosti bilježe divizije Zdravlje i njega te Sportska i aktivna prehrana, pri čemu prethodna odražava aktivnosti troškovne optimizacije provedene tijekom 2009. godine, dok potonja ubire plodove okončanog restrukturiranja u 2008. godini. Rast operativne profitabilnosti također bilježi i divizija Distribucija nastavno na optimizaciju poslovnih procesa tijekom 2009. godine, dok divizija Pharma bilježi očekivani pad iz ranije spomenutih razloga.
- Udvostručenje **neto dobiti nakon manjinskih interesa** u četvrtom kvartalu 2009. godine na 12,9 milijuna kuna, uz rast dobiti iz poslovanja, ponajviše reflektira značajno niže negativne tečajne razlike u odnosu na isti kvartal 2008. godine te shodno tome i niže financijske troškove.

FINANCIJSKI POKAZATELJI u 2009. godini

U milijunima kuna	2009	2008**
Neto dug	270,6	288,7
Ukupna imovina	1.775,3	1.726,6
Vlasnička glavnica i manjinski interesi	757,8	740,3
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,66	1,76
Pokriće troška kamata*	6,9	6,7
Odnos neto duga i kapitala	26,3%	28,1%
Odnos neto duga i EBITDA	1,4	1,7
Capex neto od primitaka od prodaje	47,9	55,9
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	110,1	106,3

*Bez jednokratnih stavaka

**2008. godina je prepravljena

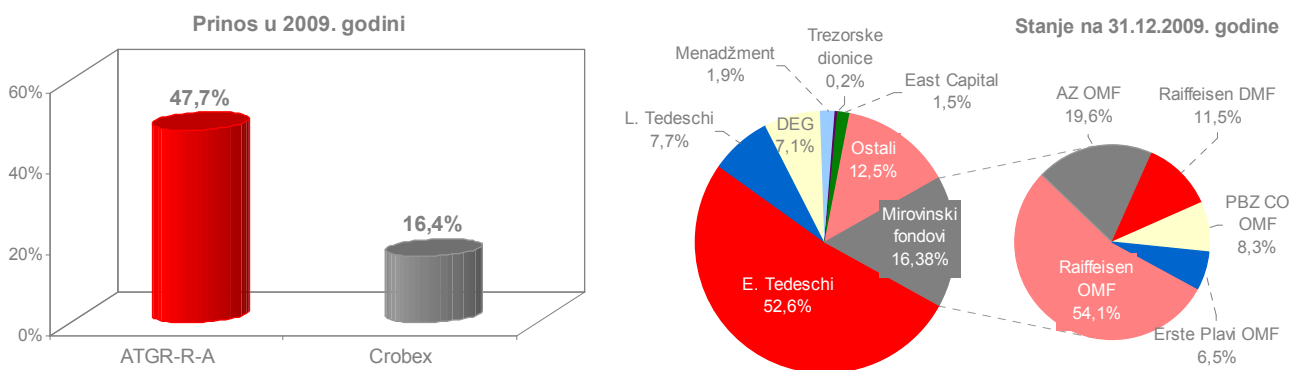
U 2009. godini menadžment Atlantic Grupe značajnu je pozornost posvetio održavanju financijske stabilnosti kao imperativu stabilnosti operativnog poslovanja. Shodno navedenom, financijska stabilnost kompanije se očituje iz slijedećeg:

- Unatoč smanjenoj likvidnosti sustava, kontinuirano upravljanje radnim kapitalom rezultiralo je stabilnošću novčanog toka iz poslovnih aktivnosti na 110,1 milijun kuna.
- Pokazatelji likvidnosti indiciraju kontinuiran fokus menadžmenta na održavanje likvidnosti unutar kompanije u periodu iznimno nestabilnog makroekonomskog okruženja. Shodno navedenom, koeficijent pokrivenosti kratkoročnih obveza kratkotrajnom imovinom zadržan je na stabilnih 1,7 puta u odnosu na isto razdoblje lani, kao i koeficijent pokrivenosti kratkoročnih obveza kratkotrajnom imovinom umanjenom za zalihe od 1,3 puta. Istovremeno, valja napomenuti kako je na kraju 2009. godine kompanija raspolagala s približno 220 milijuna kuna novčanih sredstava raspoloživih bilo za financiranje capex-a ili financiranje potencijalnih akvizicijskih meta.
- U procesu upravljanja dugom u 2009. godini, menadžment kompanije se koristio raspoloživim financijskim instrumentima, pa je u prvoj polovici godine fiksirao trošak dugoročnih financijskih obveza ispod 5% putem instrumenta kamatnog swapa. Posljedično je koeficijent pokrića troška kamata porastao na 6,9 puta EBITDA s 6,7 puta koliko je iznosio u 2008. godini, čime je dodatno povećao mogućnost kompanije da ispunjava svoje financijske obveze. Također valja istaknuti kako odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug od 26,3% u kombinaciji s odnosom financijskog duga i imovine na stabilnih 0,3 puta te smanjenim odnosom neto duga i EBITDA na 1,4 puta s 1,7 puta u 2008. godini reflektira potencijal kompanije za dodatnim zaduživanjem ukoliko se isto pokaže potrebnim. Istovremeno, kompanija i dalje održava povoljnu strukturu ročnosti duga, s obzirom da veći dio dugoročnog duga dopijeva u 2011. godini i poslije kad bi se kreditni uvjeti trebali poboljšati.

Capex-a od 47,9 milijuna kuna (neto od primitaka od prodaje imovine) u 2009. godini prvenstveno odražava 3 ključne investicije u: (i) razvoj i proizvodnju Cedevite GO!, (ii) povećanje proizvodnih kapaciteta Cedevite te (iii) novo proizvodno postrojenje Neve na Rakitju.

OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA u 2009. godini

Na domaćem tržištu kapitala, dionica Atlantic Grupa ostvarila je 47,7 postotni rast čime je nadmašila ostvarenje domaćeg dioničkog indeksa Crobexa od 16,4% te također zabilježila najsnažniji rast vrijednosti među komponentama Crobexa. Istovremeno valja istaknuti kako je u protekle dvije godine, dionica Atlantic Grupe ostvarila znatno bolje rezultate u odnosu na dionički indeks ponajprije zahvaljujući stabilnoj vlasničkoj strukturi koju čini investitorska baza s dugoročnim investicijskim horizontom, ispunjavanju kako poslovnih tako i financijskih očekivanja te stabilnosti poslovnog modela.



U vlasničkoj strukturi Atlantic Grupe na 31. prosinca 2009. godine, sva četiri domaća obvezna mirovinska fonda te jedan dobrovoljni mirovinski fond sudjeluju s stabilnih 16,4 posto vlasništva, dok jedna od vodećih kompanija u segmentu upravljanja imovinom u regiji Srednjeistočne Europe, East Capital posjeduje 1,5 postotni udio.

Valucija	2009*	2008
PPS (od 31/12/)	681,0	465,0
MCap (HRK 000)	1.682.091	1.148.523
Prosječni dnevni promet (HRK)	361.052	1.262.835
EV (HRK 000)	1.985.353	1.515.763
EV/EBITDA	10,48	8,95
EV/EBIT	13,58	11,71
EV/sales	0,90	0,74
EPS (HRK)	31,40	27,84
P/E	21,69	16,70

* Kalkulirano bez utjecaja izvanrednih stavki

OČEKIVANJA za 2010. godinu

Nakon očekivanog 6 postotnog pada ekonomske aktivnosti u 2009. godini, makroekonomski prospekti u 2010. godini za geografski najveće tržište na kojem Atlantic Grupa posluje – Hrvatsku – su i dalje nepovoljni ponajviše uslijed negativnih utjecaja na osobnu potrošnju koji izviru iz rastuće nezaposlenosti (primjerice u siječnju 2010. godine je broj nezaposlenih premašio 300 tisuća, čime je stopa nezaposlenosti od 17,7% dosegla najvišu razinu od ožujka 2006.), fiskalnih nameta koji djeluju opterećujuće na raspoloživi dohodak građana, smanjene kupovne moći potrošača te također smanjenog kreditiranja stanovništva. Istovremeno, posljednje istraživanje GfK indicira kako je 90% hrvatskih građana promijenilo kupovne navike zbog gospodarske krize koje se očituju u pomnijem praćenju visine cijena i specijalnih promocijskih akcija.

Makroekonomski rizici u regiji su također još uvijek izraženi ponajviše uslijed oslabljene osobne potrošnje i rastuće nezaposlenosti, pa shodno navedenom očekujemo da će uvjeti poslovanja na ex-YU tržištima biti još nepovoljniji u 2010. godini u odnosu na prošlu godinu. Iako su ključna europska tržišta na kojima Atlantic Grupa posluje izašla iz recesije, prospekti za oporavak ekonomske aktivnosti još uvijek su relativno blagi.

Uzevši sve navedeno u obzir, menadžment Atlantic Grupe itekako je svjestan makroekonomskog okruženja u kojem kompanija posluje te je shodno tome kao prioritet u poslovanju za prevladavanje postojeće makroekonomske situacije zadržao strateške smjernice iz 2009. godine:

- Fokus menadžmenta svih divizija na inovacije koje potiču organski rast uz istovremeno identificiranje potencijalnih akvizicijskih meta
- Kontinuirano poboljšanje operativne efikasnosti kroz savjesno upravljanje troškovima
- Održavanje financijske stabilnosti kao imperativa stabilnosti operativnog poslovanja
- Održavanje likvidnosti poslovanja
- Kontinuirana optimizacija poslovnih procesa u svim divizijama

Uz navedene strateške smjernice, kompanija će nastaviti primjenjivati tzv. 'model limitiranog rast' kroz kontinuirano praćenje rizičnosti kupaca te proces naplate od većih kupaca pa shodno tome i limitiranje izloženosti onim kupcima koje ocijeni rizičnima.

Shodno svemu navedenom, plan menadžmenta Atlantic Grupe za 2010. godinu je sljedeći:

U milijunima kuna	2010 Plan (bez jednokratnih utjecaja)*	2009 bez jednokratnih utjecaja	Promjena 10/09
Prihodi	2.320	2.225	4,3%
Prodaja	2.300	2.199	4,6%
EBITDA	200	189	5,6%
EBIT	155	146	6,0%

*Jednokratni utjecaj u 2010. odnosi se na neto dobit u iznosu od 45 milijuna kuna od prodaje Nevine prethodne proizvodne lokacije.

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI
ZA RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. PROSINCA 2009.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Pro. 2009	Sij.-Pro. 2008 (prepravljeno)	Indeks	Lis.-Pro. 2009	Lis.-Pro. 2008 (prepravljeno)	Indeks
Ukupan prihod	2.225.182	2.020.194	110,1	569.973	510.630	111,6
Prihod od prodaje	2.199.413	2.002.926	109,8	565.141	505.771	111,7
Ostali prihodi	25.769	17.268	149,2	4.832	4.859	99,4
Poslovni rashodi	2.028.153	1.850.888	109,6	531.836	481.912	110,4
Nabavna vrijednost prodane robe	1.044.548	929.646	112,4	289.794	255.727	113,3
Promjena vrijednosti zaliha	-15.233	2.433	n/p	652	-197	n/p
Proizvodni materijal i energija	287.099	261.921	109,6	56.939	56.069	101,6
Usluge	154.596	127.651	121,1	38.734	35.815	108,2
Troškovi osoblja	322.481	310.245	103,9	81.964	80.628	101,7
Troškovi marketinga i prodaje	142.624	133.431	106,9	29.399	32.622	90,1
Ostali troškovi	100.655	85.275	118,0	34.429	24.166	142,5
Ostali (dobici)/gubici - neto	-8.617	286	n/p	-75	-2.918	2,6
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	197.029	169.306	116,4	38.137	28.718	132,8
Amortizacija dugotrajne materijalne imovine	31.618	30.432	103,9	8.883	6.832	130,0
Amortizacija dugotrajne nematerijalne imovine	11.570	9.474	122,1	4.060	2.664	152,4
Dobit iz poslovanja	153.841	129.400	118,9	25.194	19.222	131,1
Rashodi od financiranja - neto	-26.904	-28.710	93,7	-7.226	-15.435	n/p
Prihod od zajedničkih pothvata	150	160	93,8	150	160	93,8
Dobit prije poreza	127.087	100.850	126,0	18.118	3.947	459,0
Porez na dobit	29.758	22.489	132,3	2.575	-1.102	n/p
Neto dobit	97.329	78.361	124,2	15.543	5.049	307,8
Pripada:						
Manjinskim udjelima	12.276	9.732	126,1	2.686	-1.003	n/p
Dioničarima Društva	85.053	68.629	123,9	12.857	6.052	212,4
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja						
- osnovna	34,50	27,84		5,22	2,45	
- razrijeđena	34,50	27,84		5,22	2,45	

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

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Pro. 2009	Sij.-Pro. 2008	Indeks	Lis.-Pro. 2009	Lis.-Pro. 2008	Indeks
Neto dobit	97,329	78,361	124.2	15,543	5,049	307.8
Tečajne razlike	-1,752	-3,320	52.8	-377	-2,484	15.2
Zaštita novčanog toka	-1,788	-	n/p	-1,788	-	n/p
Ukupno priznati prihod	93,789	75,041	125.0	13,378	2,565	521.6
Pripada:						
Manjinskim udjelima	12,136	9,962		2,671	-807	
Dioničarima Društva	81,653	65,079		10,707	3,372	

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

u tisućama kuna, nerevidirano	31. prosinca 2009.	31. prosinca 2008. (prepravljeno)
Dugotrajna materijalna imovina	296.945	242.109
Nematerijalna imovina	449.414	483.653
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	35.041	35.041
Ulaganja u zajedničke pothvate	179	185
Potraživanja	10.718	5.097
Odgođena porezna imovina	7.485	9.293
Dugotrajna imovina	799.782	775.378
Zalihe	233.736	232.616
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	512.768	506.277
Imovina namijenjena prodaji	7.154	8.047
Potraživanja za porez na dobit	4.128	1.599
Dani depoziti	143.129	2.514
Novac i novčani ekvivalenti	74.580	200.193
Kratkotrajna imovina	975.495	951.246
Ukupna imovina	1.775.277	1.726.624
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima glavnice Atlantic Grupe d.d.	725.187	661.776
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima manjinskog interesa	32.620	78.537
Dugoročni dug	379.037	390.456
Odgođena porezna obveza	45.989	51.391
Rezerviranja	6.470	5.333
Dugoročne obveze	431.496	447.180
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	448.110	408.612
Obveze po kratkoročnim kreditima	109.314	100.929
Tekuća obveza poreza na dobit	10.626	8.958
Derivativni financijski instrument	1.846	-
Rezerviranja	16.078	20.632
Kratkoročne obveze	585.974	539.131
Ukupne obveze	1.017.470	986.311
Ukupno vlasnička glavnica i obveze	1.775.277	1.726.624

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 2008	409.591	4.875	191.094	605.560	68.619	674.179
Neto dobit za razdoblje	-	-	68.629	68.629	9.732	78.361
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	-3.550	-	-3.550	230	-3.320
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	-3.550	68.629	65.079	9.962	75.041
Stjecanje podružnica	-	-	-	-	6.687	6.687
Otkup vlastitih dionica	-1.391	-	-	-1.391	-	-1.391
Isplata s temelja dionica	-	-	4.115	4.115	-	4.115
Dividenda za 2007. godinu	-	-	-11.587	-11.587	-6.731	-18.318
Stanje 31. prosinca 2008	408.200	1.325	252.251	661.776	78.537	740.313
Stanje 1. siječnja 2009	408.200	1.325	252.251	661.776	78.537	740.313
Neto dobit za razdoblje	-	-	85.053	85.053	12.276	97.329
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	-3.400	-	-3.400	-140	-3.540
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	-3.400	85.053	81.653	12.136	93.789
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	-	-	-47.802	-47.802
Isplata s temelja dionica	-1.068	-	1.161	93	-	93
Otkup vlastitih dionica	-1.073	-	-	-1.073	-	-1.073
Dividenda za 2008. godinu	-	-	-17.262	-17.262	-10.251	-27.513
Stanje 31. prosinca 2009	406.059	-2.075	321.203	725.187	32.620	757.807

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Prosinac 2009.	Siječanj - Prosinac 2008.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	97.329	78.361
Porez na dobit	29.758	22.489
Amortizacija	43.188	39.906
Dobit od otkupa manjinskog interesa	-9.856	-
Vrijednosna usklađenja kratkotrajne imovine	29.912	17.549
(Smanjenje)/povećanje rezerviranja za rizike i troškove	-3.417	3.625
Prihodi od kamata	-11.739	-5.121
Rashodi od kamata	27.615	25.310
Ostale nenovčane promjene	-1.009	2.292
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	-21.839	-22.942
Povećanje kratkoročnih potraživanja	-32.513	-79.901
Povećanje kratkoročnih obveza	20.270	69.467
Plaćene kamate	-27.671	-24.872
Plaćeni porez	-29.922	-19.841
Neto novac iz poslovnih aktivnosti	110.106	106.322
Novčani tok iz ulagačkih aktivnosti		
Povećanje dugotrajne nematerijalne i materijalne imovine	-96.291	-55.888
Primici od prodaje materijalne imovine	3.877	1.803
Primici od avansa za prodaju materijalne imovine	48.416	-
Stjecanje ovisnog društva umanjeno za stečeni novac	-	-226.215
Dani predujmovi za stjecanje podružnica i manjinskog interesa	-27.624	-13.460
Dani depoziti i krediti	-144.406	-9.045
Primici od danih depozita i kredita	3.496	13.100
Primici od dividende	164	-
Kupnja financijske imovine	-	-25
Primljene kamate	10.868	5.121
Neto novac korišten za ulagačke aktivnosti	-201.500	-284.609
Novčani tok iz financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	-1.073	-1.391
Primici kredita banaka	43.197	251.158
Otplata kredita banaka	-48.830	-252.810
Isplata dividende manjinskim dioničarima	-10.251	-6.731
Isplata dividende dioničarima društva	-17.262	-11.583
Neto novac korišten za financijske aktivnosti	-34.219	-21.357
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	-125.613	-199.644
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	200.193	399.837
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	74.580	200.193

BILJEŠKA 1 - OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) osnovano je u Republici Hrvatskoj. Atlantic Grupa vodeći je europski proizvođač sportske hrane pod nazivom branda Multipower, najveći je regionalni proizvođač vitaminskih instant napitaka i dodataka prehrani pod nazivom brandova Cedevita i Dietpharm, značajan je proizvođač proizvoda za osobnu njegu, kao i vodeći distributer robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi, te vodeći privatni lanac ljekarni pod brandom Farmacia. Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj i Njemačkoj s društvima i predstavništvima u 9 zemalja. Svoje proizvode izvozi na više od 30 tržišta diljem svijeta.

Osnovne aktivnosti Društva i njegovih ovisnih društava (Grupa) opisane su u Bilješki 3.

Sažete konsolidirane izvještaje za godinu koja je završila 31. prosinca 2009. odobrila je Uprava u Zagrebu 22. veljače 2010. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za godinu koja je završila 31. prosinca 2009. 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 2008. godine.

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

Konsolidirani financijski izvještaji sastavljeni su primjenom metode povijesnog troška, koji su promijenjeni obavljenom revalorizacijom financijske imovine raspoložive za prodaju.

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 2008. godine, osim usvajanja novih Standarda i tumačenja koji su na snazi od 1. siječnja 2009. godine, kako je prikazano ispod:

MRS 1 (Prerađen) – Prezentiranje financijskih izvještaja

Prerađeni standard razdvaja vlasničke promjene u glavnici od "nevlasničkih". Izvještaj o promjeni glavnice uključuje samo detalje o transakcijama s vlasnicima dok se transakcije s "nevlasnicima" prezentiraju u jednoj liniji. Također, MRS 1 (Prerađen) uvodi i Izvještaj o ukupno priznatom prihodu koji prikazuje sve stavke priznate u prihode i rashode, bilo zajedno na jednom izvještaju ili na dva izvještaja. Grupa je odučila objavljivati dva izvještaja – Račun dobiti i gubitka i Izvještaj o ukupno priznatom prihodu.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)**2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)****MSFI 2 (Dodatak) – Plaćanja temeljena na dionicama**

Dodatak standardu pojašnjava definiciju uvjeta ostvarivanja prava na dionice te propisuje računovodstveni tretman za nagrade koje su otkazane uslijed neispunjenja ovih uvjeta. Usvajanje ovog dodatka nije imalo nikakvog utjecaja na bilancu niti na poslovanje Grupe.

Slijedeći standardi, dodaci standardima i interpretacije su obvezni za računovodstvena razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2009. godine, ali trenutačno nisu relevantni za poslovanje Grupe:

- MRS 23 (Prerađen) – Troškovi posudbe
- MRS 32 (Dodatak) – Financijski instrumenti: Prezentiranje
- MRS 39 (Dodatak) – Financijski instrumenti: Priznavanje i mjerenje
- IFRIC 9 – Ponovna procjena ugrađenih derivativa
- IFRIC 13 – Programi posebnih pogodnosti za kupce
- IFRIC 16 – Zaštita neto ulaganja u inozemno poslovanje

Usporedni podaci

Tijekom 2009. godine ustanovljeno je da u vrijednost licenci u stečenim zdravstvenim ustanovama neovisni procjenitelji nisu uključili dio koji se odnosi na manjinske vlasnike te da na iznos vrednovanih licenci nije priznata odgođena porezna obveza. Kako se navedeno odnosi na bilančne pozicije iz 2008. godine, usporedni podaci za to razdoblje su prepravljeni te je povećana vrijednost nematerijalne imovine, manjinskog udjela i odgođene porezne obveze.

U 2009. godini Grupa je promijenila klasifikaciju naknada za vanjske prodajne predstavnike iz pozicije 'Troškovi marketinga i prodaje' u 'Troškove osoblja'. Nadalje, klasifikacija prihoda od naplate prethodno ispravljenih potraživanja, promijenjena je iz 'Ostalih prihoda' na umanjeње 'Ostalih troškova' te je iskazani prihod po nadoknadi troškova od principala reklasificiran kao umanjeње 'Nabavne vrijednosti prodane trgovačke robe'.

Učinak ovih promjena na usporedne podatke za 2008. godinu je kako slijedi:

(u tisućama kuna)	2008.
Povećanje nematerijalne imovine	70.858
Povećanje manjinskog udjela	29.337
Povećanje odgođene porezne obveze	41.521
Smanjenje ostalih prihoda	(4.265)
Smanjenje troška nabavne vrijednosti prodane robe	(1.837)
Povećanje troška osoblja	7.344
Smanjenje troška marketinga i prodaje	(7.427)
Smanjenje ostalih troškova	(2.343)

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA

Za potrebe upravljanja, Grupa je organizirana u poslovne jedinice temeljeno na proizvodima i uslugama u četiri izvještajna segmenta – divizije kako slijedi:

- **Divizija Distribucija** se bavi distribucijom robe široke potrošnje uključujući proizvode proizvedene u Diviziji Zdravlje i njega te divizije Sportska i aktivna prehrana.

- **Divizija Zdravlje i njega** proizvodi instant vitaminske napitke, čajeve, bombone, te kozmetiku i proizvode za osobnu njegu.

- **Divizija Sportska i aktivna prehrana** je specijalizirana za razvoj, proizvodnju i prodaju hrane za sportaše i proizvoda zdrave prehrane.

- **Divizija Pharma** je specijalizirana za razvoj, proizvodnju i prodaju receptnih i bezreceptnih (OTC) lijekova i dodatke prehrani kroz lanac ljekarni.

Menadžment prati rezultate poslovanja pojedinih poslovnih jedinica radi donošenja odluka o raspodjeli resursa i ocjenjivanja uspjeha.

Prodaja između poslovnih segmenata vrši se pod uobičajenim komercijalnim uvjetima koji bi bili primjenjivi i na nepovezane treće stranke.

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Za godinu koja je završila 31. prosinca 2009. <i>(u tisućama kuna)</i>	Distribucija	Zdravlje i njega	Sportska i aktivna prehrana	Pharma	Usklada	Grupa
Bruto prodaja /i/	1.330.946	503.169	498.376	300.196	8.314	2.641.001
Prodaja među segmentima /ii/	21.281	379.242	2.519	12.777	-	415.819
Ukupno prihodi	1.309.665	123.927	495.857	287.419	8.314	2.225.182
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	41.936	105.757	27.788	14.921	6.626	197.028
Amortizacija	10.729	18.974	6.254	5.275	1.955	43.187
Dobit iz poslovanja	31.207	86.783	21.534	9.646	4.671	153.841
Ukupno imovina /iii/	480.440	458.183	144.634	557.944	-156.617	1.484.584
Ukupno imovina na 31.12.2008. /iv/	468.517	430.352	147.609	592.338	-176.107	1.462.709

Za godinu koja je završila 31. prosinca 2008. <i>(u tisućama kuna)</i>	Distribucija	Zdravlje i njega	Sportska i aktivna prehrana	Pharma	Usklada	Grupa
Bruto prodaja /i/	1.164.339	453.756	485.006	287.641	3.792	2.394.534
Prodaja među segmentima /ii/	11.395	356.623	2.413	3.909	-	374.340
Ukupno prihodi	1.152.944	97.133	482.593	283.732	3.792	2.020.194
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	32.884	87.372	21.949	26.385	716	169.306
Amortizacija	7.651	21.727	5.904	4.624	-	39.906
Dobit iz poslovanja	25.233	65.645	16.045	21.761	716	129.400

/i/ Bruto prodaja Društva nije alocirana po poslovnim segmentima.

/ii/ Prodaja među segmentima se eliminira prilikom konsolidacije.

/iii/ Potraživanja među segmentima eliminiraju se prilikom konsolidacije. Imovina po segmentima ne uključuje dugotrajnu materijalnu imovinu Društva (1.754 tisuća kuna), nematerijalnu imovinu Društva (1.407 tisuća kuna), dane kratkoročne depozite (143.129 tisuća kuna), potraživanja od kupaca i ostala potraživanja Društva (27.126 tisuća kuna), financijsku imovinu raspoloživu za prodaju (35.041 tisuća kuna), ulaganja u zajedničke pothvate (171 tisuću kuna), odgođenu poreznu imovinu (7.485 tisuća kuna) i novac i novčane ekvivalente (74.580 tisuća kuna).

/iv/ Potraživanja među segmentima eliminiraju se prilikom konsolidacije. Imovina po segmentima ne uključuje dugotrajnu materijalnu imovinu Društva (481 tisuću kuna), nematerijalnu imovinu Društva (148 tisuća kuna), dane kratkoročne depozite (2.514 tisuća kuna), potraživanja od kupaca i ostala potraživanja Društva (16.060 tisuća kuna), financijsku imovinu raspoloživu za prodaju (35.041 tisuća kuna), ulaganja u zajedničke pothvate (185 tisuća kuna), odgođenu poreznu imovinu (9.293 tisuća kuna) i novac i novčane ekvivalente (200.193 tisuća kuna).

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**BILJEŠKA 4 – ZARADA PO DIONICI****Osnovna zarada po dionici**

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

	<u>2009.</u>	<u>2008.</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	85.053	68.629
Prosječno ponderirani broj dionica	2.465.279	2.465.436
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	34,50	27,84

Razrijeđena zarada po dionici

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

Dividenda

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane u lipnju 2009. godine (u lipnju 2008. godine), odobrena je isplata dividende u iznosu od 7,00 kuna po dionici odnosno sveukupno 17.262 tisuća kuna (2008: 4,70 kuna po dionici i ukupno 11.587 tisuća kuna).

BILJEŠKA 5 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA IMOVINA

Tijekom 2009. godine, Grupa je uložila 96.291 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme (2008: 55.888 tisuća kuna). Glavnina novih nabavki odnosi se na povećanje proizvodnih kapaciteta, projekt Cedevita GO te na izgradnju nove tvornice u Rakitju.

BILJEŠKA 6 - ZALIHE

Tijekom 2009. godine Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 18.226 tisuća kuna (2008: 11.717 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

BILJEŠKA 7 – STJECANJE MANJINSKOG INTERESA

U siječnju 2009. godine Grupa je stekla dodatnih 30% u podružnici Cedevida d.o.o. za iznos od 13.460 tisuća kuna. Knjigovodstvena vrijednost manjinskog interesa u trenutku kupnje iznosila je 23.316 tisuća kuna. Razlika između troška stjecanja i knjigovodstvene vrijednosti stečenog manjinskog interesa u iznosu od 9.856 tisuća kuna (Bilješka 8) iskazana je u sklopu kategorije „Ostali (dobici)/gubici – neto“ u računu dobiti i gubitka.

1. rujna 2009. godine Grupa je otkupila sav manjinski interes u 5 ljekarničkih jedinica iz sastava ZU Coner te je navedene ljekarničke jedinice pripojila ZU Farmaciji. U zamjenu za manjinski interes, Grupa je dosadašnjim manjinskim suvlasnicima prepustila svoj dio u ZU Coner u kojoj su nakon izdvajanja 5 prethodno spomenutih ljekarničkih jedinica ostale licence za dvije ljekarničke jedinice koje su do tada djelovale u sastavu divizije Pharma Atlantic Grupe.

BILJEŠKA 8 – JEDNOKRATNE STAVKE

Jednokratne stavke nastale tijekom 2009. godine su kako slijedi:

/i/ 9.856 tisuća kuna dobiti ostvarene otkupom manjinskog interesa u podružnici Cedevida d.o.o. (Bilješka 7) te

/ii/ 2.221 tisuću kuna vezanih za trošak preseljenja proizvodnog pogona Neve na novu lokaciju. Ovo preseljenje vezano je uz prodaju nekretnine na dosadašnjoj proizvodnoj lokaciji. Kupoprodajni dio transakcije završen je početkom 2010. godine.

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 23. veljače 2010. godine

Na temelju članka 407. do 410. Zakona o tržištu kapitala (Narodne novine 88/08. i 146/08) predsjednik Uprave Društva Atlantic Grupa i potpredsjednik Uprave zadužen za Financije Atlantic Grupe d.d., Miramarska 23, Zagreb daju

IZJAVU POSLOVODSTVA O ODGOVORNOSTI

Konsolidirani 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 2009. godine do 31. prosinca 2009. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva. Izvješće poslovanja za godišnje razdoblje okončano 31. prosinca 2009. 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



Potpredsjednik Uprave za Financije:

Zoran Stanković





Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.
Odnosi s investitorima

+385 1 2413 908
ir@atlantic.hr