

Financijski rezultati u prvoj polovici 2012. godine

Zagreb – 30. srpnja 2012. godine

Ostvareni rezultati potvrdili očekivanja menadžmenta o nastavku rasta u prvoj polovici 2012. godine

- **Prihodi od prodaje u iznosu od 2.342,5 milijuna kuna**
+ 6,6% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
- **Dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) u iznosu od 282,8 milijuna kuna**
+ 24,8% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
- **Dobit prije kamata i poreza (EBIT) u iznosu od 208,2 milijuna kuna**
+ 42,8% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa u iznosu od 6,6 milijuna kuna**
- 76,3% u odnosu na isto razdoblje prošle godine

Komentar predsjednika Uprave

Komentirajući financijska ostvarenja i ključne poslovne događaje u prvoj polovici 2012. godine, Emil Tedeschi, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Fokusom na sinergijske potencijale i organski rast, Atlantic Grupa je u prvoj polovici 2012. godine ostvarila rast prihoda od prodaje i rast operativne dobiti. Iznimno smo zadovoljni rezultatima koji svjedoče o uspješnosti integracijskih aktivnosti tijekom 2011. i u prvoj polovici ove godine te potvrđuju opravdanost investicije u Drogu Kolinsku.

Unatoč složenoj makroekonomskoj situaciji, Uprava i djelatnici Atlantic Grupe nastavljaju s usmjerenošću na daljnji rast poslovanja kroz aktivno upravljanje brendovima i inovacije, optimizaciju troškova, upravljanje rizicima poslovanja i ispunjavanje financijskih obaveza, čime je Atlantic Grupa na dobrom putu ostvarenja najavljenih očekivanja za 2012. godinu.”

Financijski sažetak prve polovice 2012. godine

Ključni pokazatelji	1H12	1H11	1H12/1H11
Prodaja (u milijunima kuna)	2.342,5	2.197,1	6,6%
Prihodi (u milijunima kuna)	2.375,9	2.209,5	7,5%
EBITDA marža	12,1%	10,3%	+176 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	6,6	28,1	(76,3%)
Pokazatelj zaduženosti*	63,1%	62,3%	+83 bb

* Neto dug/(Ukupni kapital+Neto dug), Pokazatelj zaduženosti od 62,3% na kraju 2011. godine

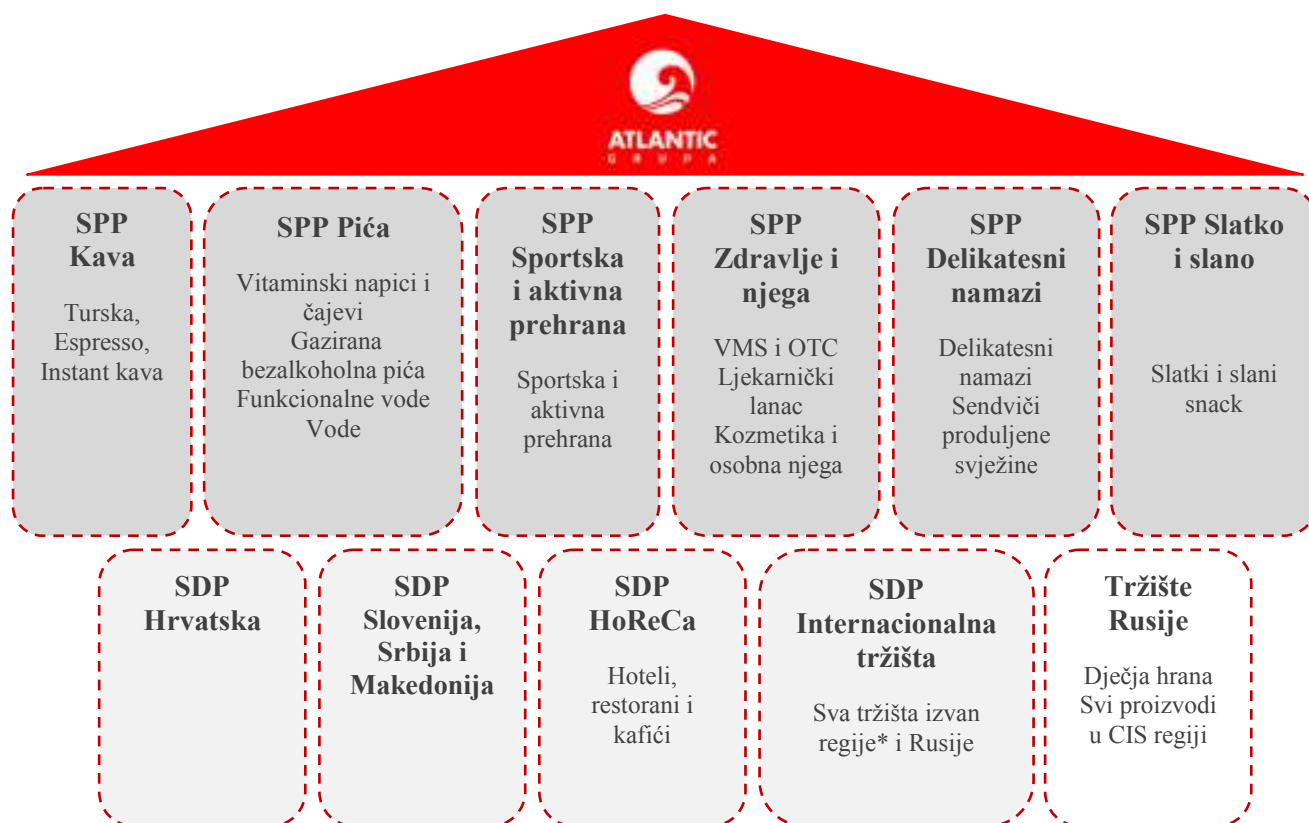
KLJUČNI DOGAĐAJI u prvoj polovici 2012. godine

1. Nova organizacijska struktura i Uprava Atlantic Grupe

Od 01.01.2012. godine Atlantic Grupa uvela je novu organizacijsku strukturu poslovanja s ciljem što efikasnijeg upravljanja poslovnim segmentima i distribucijskim tržištima. Nova poslovna organizacija obuhvaća:

1. Šest Strateških poslovnih područja (SPP) – Kava, Slatko i slano, Delikatesni namazi, Pića, Zdravlje i njega te Sportska i aktivna prehrana,
2. Četiri Strateška distribucijska područja (SDP) – Hrvatska; Slovenija, Srbija i Makedonija; HoReCa; Internacionalna tržišta te
3. Tržište Rusije.

Osnovna karakteristika nove organizacije je povezivanje poslovanja u posebna poslovna područja vezana uz pojedinu vrstu proizvoda te posebna prodajna područja unutar kojih se pokrivaju sva važna tržišta, kao i strateški prodajni kanali.



* Regija uključuje Hrvatsku, Sloveniju, Bosnu i Hercegovinu, Srbiju, Crnu Goru i Makedoniju

Uz Strateška poslovna područja i Strateška distribucijska područja, Operativno poslovanje obuhvaća i funkciju Centralne nabave, funkciju Centralnog marketinga i funkciju Korporativnog upravljanja kvalitetom, kako bi se iskoristile sve sinergije unutar sustava i osigurala učinkovita koordinacija poslova u nabavi, marketingu i osiguranju kvalitete te uspostavili jedinstveni standardi na razini cijele Grupe.

U cilju što efikasnijeg upravljanja poslovanjem osnovano je Strateško poslovno vijeće kao multifunkcionalno tijelo koje je zaduženo za vitalna strateška i operativna korporativna pitanja.

Vezano uz novu organizaciju poslovanja i formiranje Strateškog polovnog vijeća, od početka 2012. godine, nova Uprava Atlantic Grupe d.d. sužena je na četiri člana:



2. Druga faza integracije Droga Kolinske i Atlantic Grupe

Druga faza integracije koja je fokusirana na konsolidaciju proizvodnih postrojenja i informacijske tehnologije, a koja je započela u drugoj polovici 2011. godine, uspješno se nastavila u prvoj polovini 2012. godine.

Tijekom prvog kvartala proizvodnja Multipower pića preseljena je od ugovornog proizvođača u vlastiti proizvodni pogon u Rogaškoj Slatini. Također, nastavilo se s izradama procjene isplativosti preseljenja ostale proizvodnje kod outsourciranih proizvođača u vlastita proizvodna postrojenja.

U prvom kvartalu završena su dva veća projekta u segmentu konsolidacije IT rješenja po tržištima u segmentu integracije poslovnih informatičkih rješenja. Na području Slovenije sve tvrtke integrirane su u istu infrastrukturu i isto poslovno rješenje SAP. U Makedoniji sve tvrtke integrirane su u istu infrastrukturu i isto poslovno rješenje MIS. U tijeku je daljnja integracija poslovnih informatičkih rješenja u regiji te redefiniranje postojećih IT ugovora vezanih uz telekom usluge, licence i outsourciranu IT podršku.

3. Uvođenje novih vlastitih i principalskih proizvoda

Nastavno na usmjerenost Atlantic Grupe na organski rast poslovanja kroz inovativnost u proizvodnim kategorijama, aktivni brend menadžment, jačanje regionalnog karaktera distribucijskog poslovanja te daljnji razvoj pojedinih distribucijskih kanala poput HoReCa segmenta, tijekom prve polovice godine lansirani su novi proizvodi na regionalna tržišta, postojeći proizvodi uvedeni su na nova tržišta te se nastavilo sa širenjem distribucijskog portfelja.

Strateško poslovno područje Pića lansiralo je u prvoj polovici 2012. godine dva nova proizvoda u segmentu gaziranih bezalkoholnih pića, Cocktu Rossu koja se počela distribuirati na tržištima Hrvatske, Slovenije, Srbije i Makedonije, te Cocktu Easy lemon koja je zamijenila prijašnji brend Cocktu light. U segmentu „on-the-go“ napitaka, na tržište Irske je lansirana Cedevita Go! pod nazivom Twist2GO!, dok je na sva tržišta regije lansirana Cedevita GO! s okusom grejpa. U segmentu voda lansirana je prirodna izvorska voda Kala te gazirana prirodna mineralna voda Kalnička, koja je zamijenila prijašnje brendove u segmentu voda, Unique i Kapljica. Cockta Rossa, Cockta Easy, Kala i Kalnička lansirani su na maloprodajno te HoReCa tržište čime su dodatno ojačali portfelj Atlantic Grupe u HoReCa segmentu.

Strateško poslovno područje Kava proširilo je svoj proizvodni asortiman brendova Grand kafa i Barcaffè. Tako je na tržište Srbije lansirana Grand kafa Antistress u segmentu instant kave, dok je na tržištu Slovenije lansirana Barcaffè Selection u segmentu turske kave te Barcaffè CocoFreeze i Barcaffè Cappuccino Choco Orange u segmentu instant kave.

Strateško poslovno područje Slatko i slano započelo je s aktivnijim lansiranjem proizvoda iz svog portfelja na tržište Hrvatske pa je tako započela distribucija Prima štapića, Soko Štark keksa, No problem dražeja, Čoko Smokija Naranča i Smokija King Size.

Strateško poslovno područje Delikatesni namazi dodatno je proširilo svoj portfelj delikatesnih namaza lansiranjem Argete Delight na tržište Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Slovenije i Srbije te Argete Posna na tržište Srbije, Bosne i Hercegovine i Makedonije. Dodatno, na tržištu Hrvatske i Slovenije započela je distribucija Argete Snack čime je Argeta ušla u segment „snacks on-the-go“.

Strateško poslovno područje Zdravlje i njega osnažilo je svoj Rosal portfelj s tri nova proizvoda, Rosal Lip Balm Aloe Vera, Rosal Lip Balm Magic Glow i Rosal Lip Balm Oriental Beauty koji se distribuiraju u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini, dok je Dietpharm lansirao dva nova proizvoda, Nutrival Triaktiv i Magnezij 375 šumeće tablete. Dodatno, Atlantic Pharmacentar je započeo distribuciju principalskog brenda Apivita.

Strateško distribucijsko područje Hrvatska proširilo je asortiman svojih proizvoda dodavanjem novih proizvoda iz portfelja Soko Štarka te potpisivanjem novog ugovora o isključivoj distribuciji s tvrtkom Sofidel, drugim najvećim proizvođačem papirnatih higijenskih proizvoda u Europi s najvažnijim brendom Regina.

DINAMIKA PRODAJE u prvoj polovici 2012. godine

Profil prodaje po Strateškim poslovnim područjima te Strateškim distribucijskim područjima

Prihodi od prodaje	1H12	1H11	1H12/1H11
(u tisućama kuna)			
SPP Pića	331.183	329.224	0,6%
SPP Kava	497.934	442.974	12,4%
SPP Slatko i slano	283.019	260.858	8,5%
SPP Delikatesni namazi	221.859	197.299	12,4%
SPP Sportska i aktivna prehrana	352.096	326.181	7,9%
SPP Zdravlje i njega	240.321	209.653	14,6%
SDP Hrvatska	403.945	411.360	(1,8%)
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	888.736	830.073	7,1%
Ostali segmenti*	171.417	161.023	6,5%
Usklada**	(1.047.989)	(971.518)	n/p
Prodaja	2.342.521	2.197.127	6,6%

U prvoj polovici 2012. godine, Atlantic Grupa je ostvarila **2.342,5 milijuna kuna prihoda od prodaje** zabilježivši tako rast od 6,6% u odnosu na isto razdoblje 2011. godine kada su prihodi od prodaje iznosili 2.197,1 milijun kuna. Rastu prihoda od prodaje su doprinijela sva Strateška poslovna područja na čelu sa Strateškim poslovnim područjem Kava, Delikatesni namazi te Zdravlje i njega koji su ostvarili dvoznamenkaste stope rasta.

Promatrajući drugi kvartal zasebno, Atlantic Grupa je ostvarila prihode od prodaje u visini od 1.289,4 milijuna kuna, što je 5,6% više u odnosu na prihode od prodaje u drugom kvartalu 2011. godine.

Posljedično na promjenu organizacijske strukture od početka 2012. godine, Atlantic Grupa prihode od prodaje po poslovnim segmentima prikazuje na način da prihodi od prodaje individualnih Strateških poslovnih područja predstavljaju ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz Strateškog poslovnog područja, bilo kroz Strateška distribucijska područja) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih

* Ostali Segmenti uključuju SDP HoReCa, Tržište Rusije te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata. SDP Internacionalna tržišta do daljnjeg se neće posebno izdvajati nego će njegovi prihodi od prodaje i profitabilnost biti prikazani unutar SPP-a na koji se odnose.

** Linija „Usklada“ odnosi se na prodaju vlastitih brendova koja je uključena i u SPP kojem pripada i u SDP kroz koje su proizvodi distribuirani.

proizvoda. Da bi se izbjeglo duplo prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda provodi se eliminacija u liniji "Usklada".

- **Strateško poslovno područje Pića** je ostvarilo blagi rast prihoda od prodaje od 0,6% u odnosu na isto razdoblje prošle godine pri čemu je najveći doprinos došao od strane brendova Cockte i Donata Mg koji su ostvarili dvoznamenkaste stope rasta. SPP Pića su ostvarila rast prihoda od prodaje na tržištima Srbije, Slovenije i Makedonije, dok je na tržištu Hrvatske i Bosne i Hercegovine zabilježen pad prihoda od prodaje.
- **Strateško poslovno područje Kava** je u prvoj polovici 2012. godine raslo 12,4% u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini. Rast SPP-a Kava reflektira viši jednoznamenkasti količinski rast brenda Barcaffè u segmentu turske kave te dvoznamenkasti količinski rast brenda Grand kafa u segmentu turske i instant kave kao i dvoznamenkasti količinski rasta cjenovno niže pozicioniranog brenda Bonito u segmentu turske kave. SPP Kava zabilježilo je rast prihoda na svim regionalnim tržištima, s dvoznamenkastim stopama rasta na tržištu Slovenije, Hrvatske, Makedonije te Bosne i Hercegovine.
- **Strateško poslovno područje Slatko i slano** raslo je u prvoj polovici 2012. godine 8,5% u odnosu na prvu polovicu 2011. godine. Sve kategorije asortimana slatko i slano su zabilježile rast, a najveći je ostvaren u: (i) kategoriji keksa, (ii) kategoriji flipsa, (iii) kategoriji štapića te (iv) kategoriji barova. Rast je također zabilježen na svim regionalnim tržištima. Tijekom prve polovice 2012. godine paleta proizvoda SSP-a Slatko i slano se proširila na hrvatsko tržište uvođenjem pet proizvoda Soko Štarka.
- **Strateško poslovno područje Delikatesni namazi** bilježi 12,4%-tni rast u prvoj polovici 2012. godine u odnosu na isti period u 2011. godini. Pritom SPP Delikatesni namazi bilježe najznačajniji rast na regionalnim tržištima Hrvatske, Srbije, Slovenije, Makedonije, Crne Gore i Kosova, a od europskih tržišta na tržištu Švicarske, Švedske, Rusije i Austrije. Upravo na potonjem tržištu Argeta nastavlja iznimno pozitivnu dinamiku razvoja s tržišnim udjelom od 26% što je pokazatelj kako je Argeta u Austriji sve bolje prihvaćena i dobiva sve više vjernih potrošača. Rastu SPP-a Delikatesni namazi su pored postojećih proizvoda pridonijeli i novolansirani proizvodi iz segmenta delikatesnih namaza koji su izuzetno dobro prihvaćeni na tržištu.
- **Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana** je prvu polovicu 2012. godine završilo s 7,9% većim prihodima od prodaje u odnosu na prvu polovicu 2011. godine. Primarno tržište, tržište Njemačke, zabilježilo je nižu razinu prodaje u promatranom periodu. Tržište Italije zabilježilo je prodaju na razini prošlogodišnje, dok je rast prodaje zabilježen na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Austrije, Španjolske, i Rusije. Stagnacija prodaje na tržištu Italije, pored iznimno loše makroekonomske situacije, uzrokovana je i prijelazom jednog od vodećih lanaca fitnes centara na prodaju kroz prodajne automate (engl. vending machines).
- **Strateško poslovno područje Zdravlje i njega** raslo je u prvoj polovici 2012. godine 14,6% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Rastu je ponajviše pridonio: (i) 16,6%-tni rast prihoda od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, koji je uzrokovan kako organskim rastom tako i pripajanjem 5 preuzetih ljekarni u svibnju 2011. godine te (ii) značajne stope rasta Multivite na Ruskom tržištu posljedično na

rješavanje zastoja u registraciji proizvoda i poteškoća u radu tamošnjeg distributera, koji su obilježili 2011. godinu te bili riješeni krajem iste.

- **Strateško distribucijsko područje Hrvatska** u prvoj polovici 2012. godine bilježi pad od 1,8% u odnosu na prvu polovicu 2011. godine. Ostvareni rezultat je posljedica pada segmenta principalskih brendova ponajviše uslijed prestanka distribucije dijela asortimana Karoline. Pad prihoda od prodaje Strateškog distribucijskog područja Hrvatska je u velikoj mjeri ublažen rastom segmenta vlastitih brendova od kojih je najznačajniji rast prihoda od prodaje brenda Barcaffè, koji sve agresivnije zauzima poziciju na hrvatskom tržištu, brenda Argeta te distribucije novih proizvoda iz asortimana slatko i slano.
- **Strateško distribucijsko područje Slovenija, Srbija, Makedonija** u promatranom periodu bilježi rast od 7,1% u odnosu na prvu polovicu prethodne godine. Navedenom rastu je najviše pridonio dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje u segmentu kave, pića, slatkog i slanog te delikatesnih namaza. Tržište Slovenije raste u odnosu na isto razdoblje prethodne godine pod utjecajem rasta: (i) segmenta turske i espresso kave s brendom Barcaffè, (ii) segmenta pića predvođenih rastom brenda Cedevita i Donat Mg, (iii) segmenta delikatesnih namaza s brendom Argeta te (iv) segmenta slatko i slano s rastom brenda Smoki. Tržište Srbije je ostvarilo rast na osnovi rasta: (i) segmenta kave, prvenstveno brenda Grand kafa u segmentu turske i instant kave te brenda Bonito u segmentu turske kave, (ii) segmenta pića predvođenih brendovima Donat Mg i Cedevita, (iii) segmenta delikatesni namazi s brendom Argeta te (iv) segmenta slatko i slano gdje su sve kategorije zabilježile rast. Na tržištu Makedonije rast je ostvaren uslijed rasta: (i) segmenta turske kave s brendovima Grand kafa, Minas i C kava, (ii) segmenta pića s brendovima Cockta i Cedevita, (iii) segmenta delikatesni namazi s brendom Argeta i (iv) segmenta slatko i slano gdje su sve kategorije zabilježile rast.
- **Ostali segmenti** u prvoj polovici 2012. godine bilježe rast prodaje od 6,5% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ostali segmenti uključuju Tržište Rusije, Strateško distribucijsko područje HoReCa te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata. Tržište Rusije ostvaruje rast potaknut dvoznamenkastom stopom rasta brenda dječje hrane Bebi. Strateško distribucijsko područje HoReCa u promatranom razdoblju bilježi pad prihoda od prodaje uslijed prestanka distribucije proizvodnog portfelja Tvornice Duhana Rovinj, no ako se izuzme prodaja tog asortimana iz prve polovice 2011. godine, Strateško distribucijsko područje HoReCa ostvaruje dvoznamenkastu stopu rasta.

Pregled prodaje po tržištima

(u milijunima kuna)	1H12	% prihoda od prodaje	1H11	% prihoda od prodaje	1H12/1H11
Hrvatska	624,0	26,6%	629,5	28,7%	(0,9%)
Srbija	575,2	24,6%	538,1	24,5%	6,9%
Slovenija	288,7	12,3%	261,2	11,9%	10,5%
Bosna i Hercegovina	185,2	7,9%	185,0	8,4%	0,1%
Ostala tržišta regije*	143,1	6,1%	129,7	5,9%	10,3%
Zapadna Europa**	202,3	8,6%	200,2	9,1%	1,1%
Rusija i IE	106,4	4,5%	79,7	3,6%	33,4%
Ostala tržišta	217,6	9,4%	173,7	7,9%	25,3%
Ukupna prodaja	2.342,5	100,0%	2.197,1	100,0%	6,6%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

**Zapadna Europa: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija

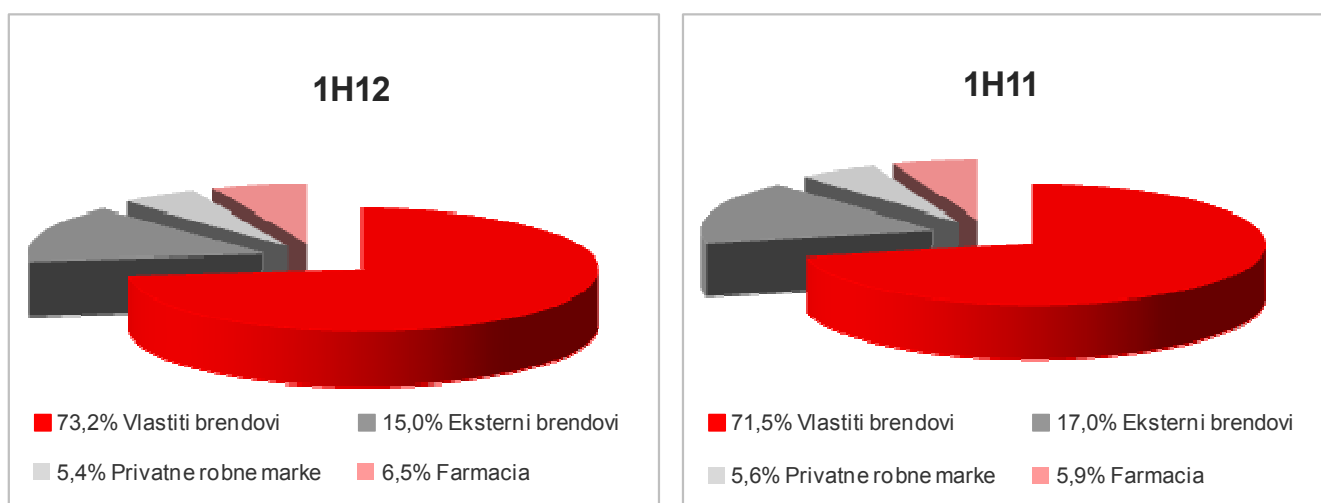
- **Tržište Hrvatske** je u prvoj polovici 2012. godine ostvarilo prihode od prodaje u iznosu od 624,0 milijuna kuna što je blagi pad od 0,9% u odnosu na isto razdoblje prošle godine kada su prihodi od prodaje iznosili 629,5 milijuna kuna. Pad prodaje na tržištu Hrvatske primarno je uzrokovan prestankom distribucije proizvoda iz portfelja Tvornice Duhana Rovinj i dijela proizvoda iz asortimana Karoline te ako izuzmemo navedenu prodaju iz prve polovice 2011. godine, tržište Hrvatske ostvaruje rast prodaje. Na tržištu Hrvatske i dalje svjedočimo lošim makroekonomskim trendovima i smanjenju kupovne moći potrošača s: (i) negativnim trendovima na tržištu rada gdje je u prvih pet mjeseci u prosjeku više nezaposlenih, a manje zaposlenih u usporedbi s istim periodom prethodne godine, (ii) stagnacijom trgovine na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima u prvih pet mjeseci 2012. godine u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini, (iii) padom realne neto plaće u prva četiri mjeseca 2012. godine od 0,5% u usporedbi s prva četiri mjeseca 2011. godine te (iv) povećanju pesimizma potrošača gdje je indeks pouzdanja potrošača pao s -21.8 u siječnju na -40.3 u lipnju ove godine. Unatoč takvom nestimulativnom okruženju, pojedine kategorije iz segmenta kave, delikatesnih namaza, slatkog i slanog te principalskih brendova su ostvarile rast prihoda od prodaje čime tržište Hrvatske s 26,6% udjela u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe ostaje prodajno najveće tržište.
- Kao drugo najveće prodajno tržište Atlantic Grupe s 24,6% udjela u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe, **tržište Srbije** je zabilježilo 575,2 milijuna kuna prihoda od prodaje u prvoj polovici 2012. godine. Tržište Srbije je u promatranom razdoblju ostvarilo rast prihoda od prodaje od 6,9% u funkcionalnoj valuti, odnosno rast od 14,0% u lokalnoj valuti što je rezultat rasta asortimana iz segmenta kave, pića, delikatesnih namaza te slatkog i slanog. Ostvareni rezultat je još značajniji imajući na umu da na tržištu Srbije prevladavaju slični makroekonomski trendovi kao i na tržištu Hrvatske s: (i) padom gospodarstva u prvom kvartalu 2012. što je četvrti kvartal uzastopce da gospodarstvo pada na kvartalnoj razini, (ii) porastom stope nezaposlenosti (25,5% u travnju 2012. dok je u studenom 2011. iznosila 23,7%) i padom stope zaposlenosti (34,3% u travnju 2012. dok je u studenom 2011. iznosila

35,3%) te (iii) padom prometa u trgovini na malo u prvih pet mjeseci 2012. godine (-0,7% na godišnjoj razini). **Tržište Slovenije** je treće najveće prodajno tržište Atlantic Grupe s 12,3% udjela u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe u prvoj polovici 2012. godine i 288,7 milijuna kuna prihoda od prodaje. U promatranom razdoblju, tržište Slovenije je ostvarilo rast prihoda od prodaje od 10,5% u odnosu na isto razdoblje prošle godine zahvaljujući rastu segmenata kave, pića, delikatesnih namaza te slatkog i slanog. Za razliku od tržišta Hrvatske i Srbije, na tržištu Slovenije nije došlo do povećanja prosječnog broja nezaposlenih u prvih pet mjeseci 2012. godine na godišnjoj razini, međutim da makroekonomska slika u Sloveniji nije dobra pokazuje: (i) treći uzastopni kvartalni pad BDP-a na godišnjoj razini, (ii) pad volumena prometa u trgovini na malo, osim goriva u prvih pet mjeseci od 4,6% na godišnjoj razini te (iii) veći rast potrošačkih cijena od neto plaća u prvih pet mjeseci (potrošačke cijene su rasle 2,5%, dok su neto plaće rasle 1,5% na godišnjoj razini) što smanjuje kupovnu moć potrošača. **Tržište Bosne i Hercegovine** u prvoj polovici 2012. godine ostvarilo je prihode od prodaje u iznosu od 185,2 milijuna kuna s 7,9% udjela u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe. Ostvareni rezultat je na razini rezultata prve polovice 2011. godine unatoč nepovoljnom makroekonomskom okruženju očitovanom kroz: (i) registriranu prosječnu stopu nezaposlenosti od 44,0% u prvih pet mjeseci 2012. godine, (ii) padajući prosječni broj zaposlenih u prvih pet mjeseci promatranog razdoblja na godišnjoj razini te (iii) smanjivanje kupovne moći potrošača zbog većeg rasta potrošačkih cijena od neto plaća u prvih pet mjeseci 2012. godine (potrošačke cijene su rasle 2,2%, dok su neto plaće rasle 1,8% na godišnjoj razini). **Ostala tržišta regije** (Makedonija, Crna Gora, Kosovo) su s 143,1 milijun kuna prihoda od prodaje u prvoj polovici 2012. godine ostvarila rast prihoda od prodaje od 10,3% u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

- **Tržišta Zapadne Europe** (Njemačka, Italija i Ujedinjeno Kraljevstvo) su u prvoj polovici 2012. godine zabilježila 202,3 milijuna kuna prihoda od prodaje u odnosu na 200,2 milijuna kuna u istom razdoblju prošle godine što predstavlja rast od 1,1%. Najznačajnije tržište Zapadne Europe Atlantic Grupe, **tržište Njemačke**, ostvarilo je u odnosu na isto razdoblje prethodne godine 1,0% nižu prodaju u funkcionalnoj valuti, dok je u lokalnoj valuti zabilježena manja prodaja od 2,9%. Niža prodaja odražava smanjenje prodaje brendova iz segmenta sportske i aktivne prehrane uslijed delistiranja iz vodećeg njemačkog lanca fitnes centara koji je uveo slične proizvode pod vlastitim brendom te stečaja značajnog maloprodajnog lanca Schlecker. **Tržište Ujedinjenog Kraljevstva** je ostvarilo rast prihoda od prodaje od 11,1% u funkcionalnoj valuti te od 3,4% u lokalnoj valuti. Rezultat je ostvaren u situaciji: (i) rastuće stope nezaposlenosti (u periodu ožujak-svibanj 2012. iznosila je 8,1%, dok je u istom razdoblju prethodne godine iznosila 7,7%), (ii) većeg rasta potrošačkih cijena od tjednih nadnica (potrošačke cijene su u prvih pet mjeseci 2012. u prosjeku rasle 3,3% dok su tjedne nadnice u istom razdoblju rasle 1,3% na godišnjoj razini) te (iii) pada potrošnje domaćinstava u prva tri mjeseca od 0,9% na godišnjoj razini. **Tržište Italije** je u prvoj polovici 2012. godine zabilježilo rast prihoda od prodaje od 1,8% u funkcionalnoj valuti te blagi pad od 0,2% u lokalnoj valuti u usporedbi s prvom polovicom 2011. godine. Negativni trendovi u gospodarstvu na tržištu Italije se i dalje nastavljaju s: (i) padom gospodarstva u prvom kvartalu 2012. godine od 1,4% na godišnjoj razini, (ii) rastom stope nezaposlenosti (u svibnju 2012. je iznosila 10,1% dok je u istom razdoblju prošle godine iznosila 8,1%) te (iii) većim rastom potrošačkih cijena od bruto nadnica što smanjuje kupovnu moć stanovništva (bruto nadnice su u prva tri mjeseca 2012. rasle 2,1% na godišnjoj razini, dok je prosječan rast potrošačkih cijena u navedenom razdoblju bio 3,5%).

- **Tržišta Rusije i Istočne Europe** u prvoj polovici 2012. godine bilježe 106,4 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 33,4% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Ostvarenim rezultatom tržišta Rusije i Istočne Europe povećavaju svoj udio u ukupnim prihodima Atlantic Grupe koji sada iznosi 4,5% za razliku od prve polovice 2011. godine kada je udio iznosio 3,6%.
- **Ostala tržišta** su u prvoj polovici 2012. godine ostvarila 217,6 milijuna kuna prihoda od prodaje što je rast od 25,3% u odnosu na prvu polovicu 2011. godine kada su ukupni prihodi ostalih tržišta iznosili 173,7 milijuna kuna.

Profil prodaje



- **Vlastiti brendovi** su u prvoj polovici 2012. godine zabilježili rast od 9,2% na godišnjoj razini i s 1.714,7 milijuna kuna prihoda od prodaje čine 73,2% prodajnog profila Atlantic Grupe. Rast prodaje vlastitih brendova je rezultat aktivnosti usmjerenih na efikasnije upravljanje postojećim proizvodima kao i lansiranja novih proizvoda iz aktualnog asortimana Atlantic Grupe. Najveći rast vlastitih brendova je bio u: (i) SPP-u Kava s brendovima Grand kafa i Barcaffè, (ii) SPP-u Pića s brendovima Cockta i Donat Mg, (iii) SPP-u Delikatesni namazi s brendom Argeta te u (iv) SPP-u Slatko i slano s rastom svih segmenata.
- **Eksterni brendovi** su u prvoj polovici 2012. godine smanjili svoj udio u prodajnom profilu Atlantic Grupe na 15,0%, posljedično na rast vlastitih brendova. Eksterni brendovi bilježe pad prihoda od prodaje u odnosu na isto razdoblje prethodne godine pod utjecajem prestanka distribucije dijela asortimana Karoline te prestanka distribucije proizvoda iz portfelja Tvornice Duhana Rovinj.
- **Privatne robne marke** (engl. private label) u prvoj polovici 2012. godine čine 5,4% prodajnog profila kompanije te istodobno bilježe rast prodaje od 2,7% u odnosu na prvu polovicu 2011. godine. Rast se ponajviše odnosi na asortiman u Strateškom poslovnom području Sportska i aktivna prehrana.
- Ljekarnički lanac **Farmacija** nastavlja s dvoznamenkastim stopama rasta prihoda od prodaje pa su tako prihodi od prodaje u prvoj polovici 2012. godine bili 16,6% veći na godišnjoj razini. Samim time, udio

ljekarničkog lanca Farmacia u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe se povećao na 6,5% u odnosu na odgovarajuće razdoblje u 2011. godini kada je iznosio 5,9%. Rast ljekarničkog lanca je ostvaren kako na organskoj razini, tako i pripajanjem 5 preuzetih ljekarni u svibnju 2011. godine. Na kraju prve polovice 2012. godine, ljekarnički lanac Farmacia u svom sastavu ima 46 ljekarni i 11 specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI u prvoj polovici 2012. godine

Profitabilnost Atlantic Grupe

(u milijunima kuna)	1H12	1H11 (Prepravljeno)*	1H12/1H11
Prodaja	2.342,5	2.197,1	6,6%
EBITDA	282,8	226,6	24,8%
Normalizirana EBITDA	284,2	229,5	23,8%
EBIT	208,2	145,8	42,8%
Normaliziran EBIT	209,6	148,7	41,0%
Neto dobit/gubitak	14,4	32,6	(55,8%)
Normalizirana Neto dobit/gubitak	15,8	35,5	(55,6%)
Profitne marže			
EBITDA marža	12,1%	10,3%	+176 bb
Normalizirana EBITDA marža	12,1%	10,4%	+169 bb
EBIT marža	8,9%	6,6%	+225 bb
Normalizirana EBIT marža	8,9%	6,8%	+218 bb
Neto profitna marža	0,6%	1,5%	-87 bb
Normalizirana Neto profitna marža	0,7%	1,6%	-94 bb

Atlantic Grupa bilježi značajan rast profitabilnosti na EBITDA (dobit prije kamata, poreza i amortizacije) i EBIT (dobit prije kamata i poreza) razini u prvoj polovici 2012. godine. Navedeni rast profitabilnosti je ostvaren pod utjecajem: (i) snažnijeg rasta prodaje od rasta troškova uslijed provođenja troškovnog menadžmenta kroz program smanjenja troškova CORE (engl. Cost Reduction) program te optimizacije poslovnih procesa na centralnoj razini i na nižim razinama koji su uvedeni s ciljem poboljšanja operativne efikasnosti, (ii) sinergijskih učinaka koji nisu bili u potpunosti ostvareni u prvoj polovici 2011. godine, (iii) činjenicom da je prva polovica 2011. godine bila opterećena brojnim integracijskim aktivnostima i pregovorima s ključnim kupcima te (iv) promjenom prodajnog miksa sa većim udjelom prodaje vlastitih brendova.

* U prosincu 2011. godine Grupa je završila alokaciju plaćenog iznosa za stečenu imovinu Droge Kolinske. U tu svrhu, Atlantic Grupa je unajmila neovisnog procjenitelja i zaključci proizašli iz tog procesa, među ostalim su bili da je korisni vijek uporabe svih brendova Droga Kolinske neograničen te se sukladno tome oni neće amortizirati već će se godišnje provjeravati zbog umanjenja vrijednosti. Učinak smanjenog troška amortizacije u 2011. godini raspoređen je kroz cijelu 2011. godinu kako bi dobili iznose usporedive rezultatima 2012. godine.

Uzevši u obzir sinergijske učinke koji nisu bili u potpunosti ostvareni u prvoj polovici 2011. godine kao i integracijske aktivnosti i pregovore s ključnim kupcima u istom periodu, dinamika rasta ostvarena u prvoj polovici 2012. godine nije reprezentativna za očekivane trendove u narednim razdobljima.

Jednokratne stavke izuzete u procesu normalizacije obuhvaćaju slijedeće:

- ❖ U prvoj polovici 2011. godine ostvareno je 2,9 milijuna kuna transakcijskih troškova u vezi s akvizicijom Droga Kolinske u 2010. godini.
- ❖ U prvoj polovici 2012. godine ostvareno je 1,4 milijuna kuna dodatnih transakcijskih troškova u vezi s akvizicijom Droga Kolinske u 2010. godini.

- ❖ **Normalizirana EBITDA od 284,2 milijuna kuna** je 23,8% veća od normalizirane EBITDA razine ostvarene u prvoj polovici 2011. godine, dok je normalizirana EBITDA marža u promatranom razdoblju veća za 169 baznih bodova na godišnjoj razini i iznosi 12,1%. Na rast normalizirane EBITDA i EBITDA marže djelovao je: (i) rast prodaje uslijed efikasnijeg upravljanja postojećim proizvodima i lansiranja novih proizvoda, (ii) smanjenje troškova prodane robe kao rezultat promjena u prodajnom miksu gdje raste udio vlastitih brendova, (iii) smanjenje troškova marketinga i ostalih operativnih troškova te (iv) rast ostalih prihoda uslijed ostvarenih i očekivanih nadoknada šteta pretrpljenih u prethodnim razdobljima.

- ❖ **Normalizirani EBIT od 209,6 milijuna kuna** je 41,0% viši u odnosu na normalizirani EBIT ostvaren u prvoj polovici prošle godine te je EBIT marža u promatranom periodu porasla za 218 baznih bodova na 8,9%. Na rast profitabilnosti na normaliziranoj EBIT razini, između ostalog navedenog u prethodnoj točki, utjecala je i niža amortizacija koja je rezultat efikasnijeg upravljanja postojećim resursima te sukladno tome manjom potrebom za novim ulaganjima.

- ❖ Ostvarena **normalizirana neto dobit od 15,8 milijuna kuna** u prvoj polovici 2012. godine je 55,6% manja u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini ponajviše uslijed 59,5 milijuna kuna neto gubitaka od tečajnih razlika primarno uslijed značajne promjene tečaja dinara i eura (RSD/EUR).

Sažeta analiza drugoga kvartala 2012. godine

- ❖ U drugom kvartalu 2012. godine ostvarena je normalizirana EBITDA od 150,1 milijun kuna što je za 9,9% više u odnosu na drugi kvartal 2011. kada je normalizirana EBITDA iznosila 136,6 milijuna kuna. U drugom kvartalu 2012. godine normalizirana EBITDA marža je iznosila 11,6% s rastom od 45 baznih bodova u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.
- ❖ Normalizirani EBIT je s 112,2 milijuna kuna u promatranom periodu ostvario rast od 17,2%, dok je normalizirana EBIT marža s rastom od 86 baznih bodova iznosila 8,7%.
- ❖ U drugom kvartalu 2012. godine ostvarena je normalizirana neto dobit od 18,7 milijuna kuna zabilježivši pad od 47,7% u odnosu na drugi kvartal 2011. godine. Normalizirana neto profitna marža je iznosila 1,4%.

Operativna profitabilnost Strateških poslovnih područja te Strateških distribucijskih područja

(u milijunima kuna)	1H12	1H11	1H12/1H11
SPP Pića	64,4	58,1	10,9%
SPP Kava	44,9	76,1	(41,0%)
SPP Slatko i slano	57,4	28,8	99,2%
SPP Delikatesni namazi	57,4	50,9	12,7%
SPP Sportska i aktivna prehrana	12,6	12,2	2,9%
SPP Zdravlje i njega	23,8	13,1	82,1%
SDP Hrvatska	(1,6)	5,3	n/p
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	32,7	14,4	127,2%
Ostali Segmenti*	(83,4)	(113,2)	n/p
Grupni EBIT	208,2	145,8	42,8%

Rast operativne profitabilnosti Atlantic Grupe u prvoj polovici 2012. godine ponajviše odražava poboljšanje profitabilnosti SPP Slatko i Slano, SPP Delikatesni namazi, SPP Zdravlje i njega, SDP Slovenija, Srbija, Makedonija te Ostalih segmenata, čime je anuliran pad profitabilnosti SPP Kava te SDP Hrvatska.

- ❖ **Strateško poslovno područje Pića** bilježi 10,9%-tni rast EBIT-a pod utjecajem rasta prodajnog asortimana poslovnog područja te optimizacije troškova usluga čime su operativni troškovi ostvarili slabiji rast od rasta prihoda od prodaje.
- ❖ **Strateško poslovno područje Kava** je u prvoj polovici 2012. godine ostvarilo EBIT od 44,9 milijuna kuna što je 41,0% manje nego u istom razdoblju prethodne godine, prvenstveno usred daljnjeg poskupljenja sirove kave te značajnijeg slabljenja eura u odnosu na američki dolar.
- ❖ **Strateško poslovno područje Slatko i slano** s EBIT-om od 57,4 milijuna kuna ostvaruje rast operativne profitabilnosti od 99,2% u prvoj polovici 2012. godine u usporedbi s prvom polovicom 2011. godine. Operativna profitabilnost je poboljšana pod utjecajem smanjenja operativnih troškova, pojeftinjenja sirovina te slabljenja srpskog dinara u odnosu na euro s obzirom da se trećina prodaje ostvaruje van Srbije.
- ❖ **Strateško poslovno područje Delikatesni namazi** je u prvoj polovici 2012. godine ostvarilo EBIT u iznosu 57,4 milijuna kuna što je rast od 12,7% u odnosu na isti period u 2011. godini. Rast je ostvaren temeljem rasta prihoda od prodaje brenda Argeta, dok su istovremeno operativni troškovi zabilježili tek neznatan rast.

* Ostali Segmenti uključuju SDP HoReCa, Tržište Rusije te te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata. SDP Internacionalna tržišta do daljnjeg se neće posebno izdvajati nego će njegovi prihodi od prodaje i profitabilnost biti prikazani unutar SPP-a na koji se odnose.

- ❖ **Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana** je zadržalo operativnu profitabilnost na prošlogodišnjoj razini što je rezultiralo EBIT-om u iznosu od 12,6 milijuna kuna. Rast prihoda od prodaje navedenog poslovnog područja je bio anuliran poskupljenjima ključnih sirovina.
- ❖ **Strateško poslovno područje Zdravlje i njega** bilježi 23,8 milijuna kuna EBIT-a u prvoj polovici 2012. godine što je rast od 82,1% u odnosu na prvu polovicu 2011. godine. Veći EBIT je rezultat većeg rasta prihoda od prodaje od operativnih troškova ljekarničkog lanca Farmacia te ponovnog pokretanja prodaje Multivite na tržištu Rusije uslijed rješavanje zastoja u registraciji proizvoda i poteškoća u radu tamošnjeg distributera.
- ❖ **Strateško distributivno područje Hrvatska** je ostvarilo negativnu operativnu profitabilnost od 1,6 milijuna kuna u prvoj polovici 2012. godine. Do pada EBIT-a došlo je uslijed pada prihoda od prodaje.
- ❖ **Strateško distributivno područje Slovenija, Srbija, Makedonija** je u prvoj polovici 2012. godine ostvarilo operativnu dobit od 32,7 milijuna kuna, što je rast od 127,2% u odnosu na prvu polovicu 2011. godine kada je operativna dobit iznosila 14,4 milijuna kuna. Gledajući pojedinačno, sva distributivna područja su zabilježila rast operativne dobiti.
- ❖ **Ostali segmenti** uključuju Tržište Rusije, Strateško distribucijsko područje HoReCa te poslovne aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključeni iz izvještavanih operativnih segmenata. Na poboljšanje negativnog EBIT-a utjecala je racionalizacija troškova na ostalim segmentima kao posljedica programa smanjenja troškova te optimizacije poslovanja.

Struktura operativnih troškova bez utjecaja jednokratnih stavki

(u milijunima kuna)	1H12	% prodaje	1H11	% prodaje	1H12/1H11
Nabavna vrijednost prodane robe	492,6	21,0%	504,0	22,9%	(2,3%)
Promjene vrijednosti zaliha	(34,8)	(1,5%)	(33,3)	(1,5%)	n/p
Proizvodni materijal	885,5	37,8%	748,7	34,1%	18,3%
Energija	34,9	1,5%	29,3	1,3%	18,8%
Usluge	145,3	6,2%	146,4	6,7%	(0,7%)
Troškovi osoblja	320,8	13,7%	320,1	14,6%	0,2%
Troškovi marketinga i prodaje	158,6	6,8%	168,7	7,7%	(6,0%)
Ostali operativni troškovi	91,1	3,9%	94,1	4,3%	(3,1%)
Ostali dobici/gubici - neto	(2,3)	(0,1%)	1,9	0,1%	n/p
Ukupni operativni troškovi	2.091,7	89,3%	1.980,0	90,1%	5,6%

Ukupni operativni troškovi bez utjecaja jednokratnih stavki su u prvoj polovici 2012. godine iznosili 2.091,7 milijuna kuna što je rast od 5,6% u odnosu na prvu polovicu 2011. godine kada su iznosili 1.980,0

milijuna kuna. Pritom se udio operativnih troškova u ukupnim prihodima od prodaje smanjio i u promatranom razdoblju iznosi 89,3%, dok je u istom razdoblju prethodne godine iznosio 90,1%.

- ❖ Povećanje udjela vlastitih brendova u prodajnom profilu Atlantic Grupe u odnosu na principalske brendove u prvoj polovici 2012. godine reflektira se i na odnos s njima povezanih stavki operativnih troškova - nabavne vrijednosti prodane robe i proizvodnog materijala. Tako u promatranom razdoblju trošak proizvodnog materijala bilježi rast od 18,3% na godišnjoj razini, dok trošak nabavne vrijednosti prodane robe ostvaruje pad od 2,3% na godišnjoj razini.
- ❖ Na rast proizvodnog materijala uvelike je utjecao rast cijena kave na globalnom tržištu roba, te značajno slabljenje eura u odnosu na dolar. Tako su uglavnom ugovori za kupnju kave za prvu polovicu 2012. godine ugovoreni krajem 2011. godine kada su cijene kave na globalnom tržištu roba bilježile rast u odnosu na kraj 2010. godine kada su ugovoreni ugovori za prvu polovicu 2011. godine, što je utjecalo na rast troška proizvodnog materijala.
- ❖ Od drugih stavki operativnih troškova, u promatranom razdoblju rast bilježe troškovi energije od 18,8% te troškovi osoblja od blagih 0,2%, dok posljedično na optimizaciju poslovnih procesa i korištenja sinergija pad bilježe troškovi usluga, troškovi marketinga i prodaje i ostali operativni troškovi.

FINANCIJSKI POKAZATELJI u prvoj polovici 2012. godine

(u milijunima kuna)	1H12	2011.
Neto dug	2.400,0	2.494,0
Ukupna imovina	5.297,6	5.355,2
Vlasnička glavnica i manjinski interesi	1.404,3	1.512,3
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,68	1,84
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	63,1%	62,3%
Neto dug/EBITDA*	4,2	4,8
	1H12	1H11
Pokriće troška kamata**	2,4	2,2
Capex	39,6	59,4
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	160,7	51,0

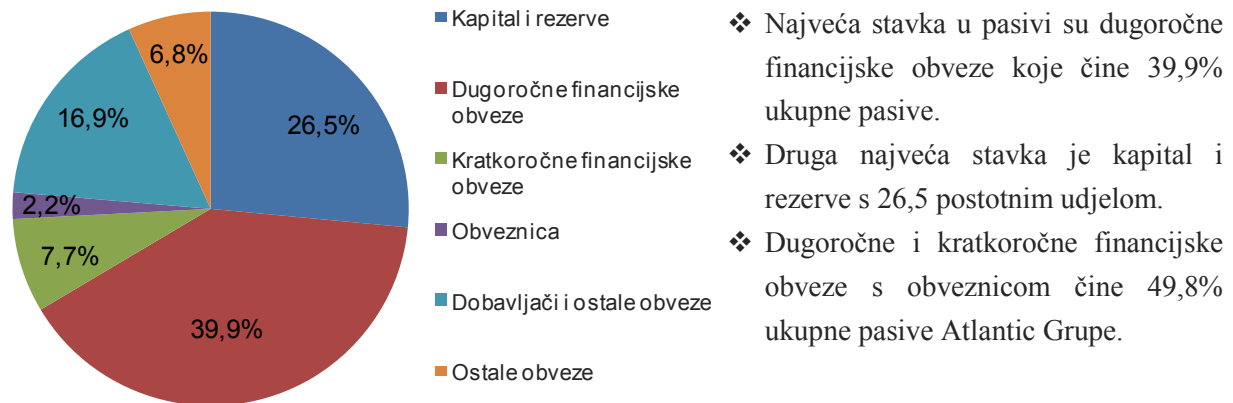
*Normalizirano, EBITDA u zadnjih 12 mjeseci za 1H12; **Normalizirano

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvoj polovici 2012. godine potrebno je istaknuti sljedeće:

- ❖ Neto dug od 2.400,0 milijuna kuna smanjen je za gotovo 100 milijuna kuna i reflektira financijski dug od 2.639,9 milijuna kuna, neto derivativne obveze od 63,1 milijun kuna te iznos novca i novčanih ekvivalenata i kratkoročnih depozita od ukupno 303,0 milijuna kuna. Posljedično, pokazatelji

zaduženosti su: (i) odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug od 63,1%, (ii) odnos neto duga i EBITDA od 4,2 te (iii) pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA od 2,4 puta.

❖ Struktura pasive Atlantic Grupe na dan 30. lipnja 2012. godine je sljedeća:



- ❖ Najveća stavka u pasivi su dugoročne financijske obveze koje čine 39,9% ukupne pasive.
- ❖ Druga najveća stavka je kapital i rezerve s 26,5 postotnim udjelom.
- ❖ Dugoročne i kratkoročne financijske obveze s obveznicom čine 49,8% ukupne pasive Atlantic Grupe.

❖ Posljedično na iznos zaduženja nastao prvenstveno akvizicijom Droga Kolinske, Atlantic Grupa je početkom 2011. godine propisala politiku aktivnog upravljanja financijskim dugom koja zahtjeva da kompanija u svakom trenutku u narednih godinu dana ima fiksirane kamatne stope po financijskim obvezama u rasponu od 50%-100%. Shodno navedenom, značajan dio troška dugoročnih financijskih obveza je fiksiran kamatnim swap-ovima još tijekom prvog kvartala 2011. godine.

❖ Kapitalna ulaganja kompanije u prvoj polovici 2012. godine iznose 39,6 milijuna kuna, pri čemu se najznačajnije investicije odnose na: (i) izgradnju punionice Cockte u Apatovcu, (ii) SAP licence za Sloveniju, (iii) ulaganja uslijed preseljenja proizvodnje Multipower pića u Rogašku Slatinu, (iv) ulaganje u stroj za pakiranje vafla u Soko Štarku, (v) opremanje punionice Palanačkog Kiseljaka te (vi) nabavke opreme za proizvodnju kave.

OČEKIVANJA za 2012. godinu

Osvrt menadžmenta na makroekonomska očekivanja

Menadžment Atlantic Grupe se priklanja stavu vodećih hrvatskih i europskih ekonomskih analitičara o padu hrvatskog gospodarstva u 2012. godini. Nakon što je Hrvatska u zadnjem kvartalu 2011. i u prvom kvartalu 2012. godine ušla u recesiju, pokazatelji u drugome kvartalu ne nude previše optimizma za brzi oporavak gospodarstva. Pritom, posebno je nepovoljna situacija na hrvatskom tržištu rada s rastućom nezaposlenošću i padajućom zaposlenošću, dok rast cijena, uslijed odluke o povećanju PDV-a i administrativne odluke o poskupljenju energije, prijeti smanjenju realnog dohotka kućanstava. Makroekonomska situacija na regionalnim tržištima Slovenije, Srbije i Bosne i Hercegovine će s jedne strane ovisiti o odlučnosti novouspostavljenih vlasti o hvatanju u koštac sa strukturnim problemima, ali i o razvoju situacije u europskim zemljama koje su značajni trgovinski partneri regionalnih tržišta i izvori financiranja. U pozitivnom scenariju, očekuje se stagnacija navedenih tržišta. Glavni rizici za tržište Njemačke izviru iz njezinog okruženja i opasnosti od daljnje eskalacije dužničke krize, međutim

zahvaljujući dobrim domaćim pokazateljima tržište Njemačke bi trebalo nastaviti trend rasta. Prihvaćene mjere štednje kao i s njima povezane strukturne reforme imale su za rezultat pogoršanje situacije na tržištu rada Italije u prvoj polovici 2012. godine pa se do kraja godine može očekivati daljnje smanjenje privatne potrošnje. Na razini cijele eurozone, 2012. godina bi mogla donijeti pad gospodarske aktivnosti prvenstveno uslijed nastojanja za strožom fiskalnom disciplinom zemalja članica što u kratkom roku može imati negativan učinak na državnu potrošnju i tržište rada.

Strateške smjernice menadžmenta Atlantic Grupe za 2012. godinu

S obzirom da se u nastavku 2012. godine ne očekuje poboljšanje trenutno nepovoljne makroekonomske situacije, menadžment vjeruje kako će očekivani rast poslovanja biti ostvaren jedino pridržavanjem zacrtanih strateških smjernica, a iste se odnose na sljedeće:

- ❖ Daljnje ostvarivanje zacrtanih sinergijskih potencijala na prodajnoj i troškovnoj strani poslovanja nastavno na provedbu prve faze integracije Atlantic Grupe i Droga Kolinske;
- ❖ Fokus na provođenje druge faze integracije (konsolidacija proizvodnih postrojenja, konsolidacija informacijske tehnologije, upravljanje portfeljem nekretnina) kao baze za daljnje poboljšanje operativne efikasnosti;
- ❖ Daljnja usmjerenost na organski rast poslovanja kroz inovativnost u proizvodnim kategorijama i aktivni brend menadžment (novi okusi, modernizirana pakiranja, ekstenzije proizvodnih linija), jačanje regionalnog karaktera distribucijskog poslovanja i daljnji razvoj pojedinih distribucijskih kanala poput HoReCa segmenta;
- ❖ Redovno ispunjavanje postojećih financijskih obveza uz aktivno upravljanje dugom i financijskim troškovima;
- ❖ Troškovni menadžment kroz CORE program i optimizacija poslovnih procesa na centralnoj razini i na nižim razinama s ciljem poboljšanja operativne efikasnosti;
- ❖ Razborito upravljanje likvidnošću poslovanja;
- ❖ Kontinuirano praćenje globalnih tržišta roba s fokusom na kavu, šećer, kakao i mlijeko u prahu te aktivnije korištenje instrumenata zaštite;
- ❖ Fokusrani razvoj segmenta upravljanja svim rizicima u poslovanju kompanije.

Shodno navedenom, očekivanja menadžmenta objavljena u veljači 2012. godine na objavi financijskih rezultata za 2011. godinu ostaju nepromijenjena:

(u milijunima kuna)	2012. plan (bez jednokratnih utjecaja)	2011. normalizirano	2012./2011.
Prodaja	4.964	4.728	5,0%
EBITDA	550	517	6,3%
EBIT	385	351	9,5%
Trošak kamata	223	222	

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI
ZA ŠESTOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2012.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.**KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA**

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2012	Sij.-Lip. 2011 (Prepravljeno)	Indeks	Tra.-Lip. 2012	Tra.-Lip.2011 (Prepravljeno)	Indeks
Ukupan prihod	2.375.916	2.209.458	107,5	1.303.607	1.226.462	106,3
Prihod od prodaje	2.342.521	2.197.127	106,6	1.289.385	1.220.921	105,6
Ostali prihodi	33.395	12.331	270,8	14.222	5.541	256,7
Poslovni rashodi	2.093.079	1.982.883	105,6	1.154.920	1.092.819	105,7
Nabavna vrijednost prodane robe	492.634	504.019	97,7	281.622	258.504	108,9
Promjena vrijednosti zaliha	(34.818)	(33.329)	104,5	(14.875)	(4.009)	371,0
Proizvodni materijal i energija	920.392	778.065	118,3	499.285	425.315	117,4
Usluge	146.141	148.492	98,4	76.169	80.505	94,6
Troškovi osoblja	320.807	320.142	100,2	167.364	168.436	99,4
Troškovi marketinga i prodaje	158.557	168.665	94,0	97.482	105.741	92,2
Ostali troškovi poslovanja	91.698	94.877	96,6	52.891	54.197	97,6
Ostali dobici - neto	(2.332)	1.952	n/p	(5.018)	4.130	n/p
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	282.837	226.575	124,8	148.687	133.643	111,3
Amortizacija dugotrajne materijalne imovine	66.388	69.924	94,9	33.405	34.981	95,5
Amortizacija dugotrajne nematerijalne imovine	8.199	10.864	75,5	4.465	5.854	76,3
Dobit iz poslovanja	208.250	145.787	142,8	110.817	92.808	119,4
Rashodi od financiranja - neto	(176.824)	(105.237)	168,0	(85.360)	(55.716)	153,2
Dobit prije poreza	31.426	40.550	77,5	25.457	37.092	68,6
Porez na dobit	17.012	7.946	214,1	8.156	4.273	190,9
Neto dobit	14.414	32.604	44,2	17.301	32.819	52,7
Pripada:						
Manjinskim udjelima	7.767	4.522	171,8	4.336	3.889	111,5
Dioničarima Društva	6.647	28.082	23,7	12.965	28.930	44,8
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja						
- osnovna	1,99	8,42		3,87	8,67	
- razrijeđena	1,99	8,42		3,87	8,67	

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

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2012	Sij.-Lip. 2011 (Prepravljeno)	Indeks	Tra.-Lip. 2012	Tra.-Lip.2011 (Prepravljeno)	Indeks
Neto dobit	14.414	32.604	44,2	17.301	32.819	52,7
Zaštita novčanog toka	(3.777)	(10.708)	35,3	(6.513)	(7.398)	88,0
Tečajne razlike	(102.108)	33.814	n/p	(43.454)	9.361	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit	(91.471)	55.710	n/p	(32.666)	34.782	n/p
Pripada:						
Manjinskim udjelima	3.691	5.809	63,5	2.400	4.770	50,3
Dioničarima Društva	<u>(95.162)</u>	<u>49.901</u>	n/p	<u>(35.066)</u>	<u>30.012</u>	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit	(91.471)	55.710	n/p	(32.666)	34.782	n/p

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

u tisućama kuna, nerevidirano	30. lipnja 2012.	31. prosinca 2011.
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.114.339	1.189.502
Ulaganje u nekretnine	1.725	1.934
Nematerijalna imovina	1.862.221	1.956.194
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	1.281	1.358
Derivativni financijski instrumenti	-	8.617
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	17.862	21.514
Odgodena porezna imovina	48.869	56.412
Dugotrajna imovina	3.046.297	3.235.531
Zalihe	640.132	533.680
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.138.580	1.119.851
Imovina namijenjena prodaji	142.560	139.127
Potraživanja za porez na dobit	24.540	24.877
Dani depoziti	29.580	36.334
Derivativni financijski instrumenti	2.532	18.249
Novac i novčani ekvivalenti	273.422	247.596
Kratkotrajna imovina	2.251.346	2.119.714
Ukupna imovina	5.297.643	5.355.245
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima glavnice Atlantic Grupe d.d.	1.339.817	1.444.404
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima manjinskog interesa	64.457	67.920
Obveze po primljenim kreditima	2.228.664	2.346.725
Odgodena porezna obveza	183.188	193.064
Derivativni financijski instrumenti	55.290	62.393
Ostale dugoročne obveze	36.325	36.357
Rezerviranja	53.024	54.540
Dugoročne obveze	2.556.491	2.693.079
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	894.294	719.606
Obveze po primljenim kreditima	411.264	375.035
Tekuća obveza poreza na dobit	8.124	12.553
Derivativni financijski instrumenti	10.305	20.673
Rezerviranja	12.891	21.975
Kratkoročne obveze	1.336.878	1.149.842
Ukupne obveze	3.893.369	3.842.921
Ukupno vlasnička glavnica i obveze	5.297.643	5.355.245

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Od dioničara Društva				Manjinski udjeli	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno		
Stanje 1. siječnja 2011	1.016.282	(3.190)	379.532	1.392.624	63.632	1.456.256
Sveobuhvatna dobit:						
Dobitak razdoblja	-	-	28.082	28.082	4.522	32.604
Zaštita novčanog toka	-	(10.708)	-	(10.708)	-	(10.708)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	32.527	-	32.527	1.287	33.814
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	21.819	28.082	49.901	5.809	55.710
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	(2.614)	(2.614)	(26)	(2.640)
Otkup vlastitih dionica	(2.532)	-	-	(2.532)	-	(2.532)
Dividenda za 2010. godinu	-	-	-	-	(600)	(600)
Stanje 30. lipnja 2011	1.013.750	18.629	405.000	1.437.379	68.815	1.506.194
Stanje 1. siječnja 2012	1.015.904	3.203	425.297	1.444.404	67.920	1.512.324
Sveobuhvatna dobit:						
Dobitak razdoblja	-	-	6.647	6.647	7.767	14.414
Zaštita novčanog toka	-	(3.777)	-	(3.777)	-	(3.777)
Ostala sveobuhvatna dobit	-	(98.032)	-	(98.032)	(4.076)	(102.108)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(101.809)	6.647	(95.162)	3.691	(91.471)
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	(9.981)	(9.981)	(6.275)	(16.256)
Otkup vlastitih dionica	(5.319)	-	-	(5.319)	-	(5.319)
Isplata s temelja dionica	5.404	-	471	5.875	-	5.875
Prijenos	-	281	(281)	-	-	-
Dividenda za 2011. godinu	-	-	-	-	(879)	(879)
Stanje 30. lipnja 2012	1.015.989	(98.325)	422.153	1.339.817	64.457	1.404.274

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Lipanj 2012.	Siječanj - Lipanj 2011. (Prepravljeno)
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	14.414	32.604
Porez na dobit	17.012	7.946
Amortizacija	74.587	80.788
(Dobit) / Gubitak od prodaje materijalne imovine	(761)	841
Vrijednosna usklađenja kratkotrajne imovine	14.332	15.962
Prihodi od kamata	(5.271)	(3.680)
Rashodi od kamata	117.281	103.523
Ostale nenovčane promjene	23.699	9.439
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(115.668)	(126.448)
Povećanje kratkoročnih potraživanja	(16.000)	(47.815)
Povećanje kratkoročnih obveza	174.687	90.430
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(10.600)	(8.357)
Plaćene kamate	(101.454)	(81.737)
Plaćeni porez	(25.537)	(22.473)
Neto novac iz poslovnih aktivnosti	160.721	51.023
Novčani tok iz ulagačkih aktivnosti		
Nabava dugotrajne nematerijalne i materijalne imovine	(39.641)	(59.448)
Primici od prodaje materijalne imovine	3.570	13.720
Stjecanje podružnica	-	(2.412)
Stjecanje financijske imovine namijenjene prodaji	(15.000)	-
Primici od prodaje financijske imovine namijenjene prodaji	15.035	-
Dani depoziti i krediti - neto	9.733	511
Primljene kamate	5.271	3.680
Neto novac korišten za ulagačke aktivnosti	(21.032)	(43.949)
Novčani tok iz financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(5.319)	(2.532)
(Otplate) / primici kredita - neto	(91.409)	20.286
Isplata dividende manjinskim dioničarima	(879)	(600)
Stjecanje manjinskog interesa	(16.256)	(2.640)
Neto novac (korišten za) / iz financijskih aktivnosti	(113.863)	14.514
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata		
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	247.596	231.978
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	273.422	253.566

BILJEŠKA 1 - OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) osnovano je u Republici Hrvatskoj. Osnovne aktivnosti Društva i njegovih ovisnih društava (Grupa) opisane su u Bilješci 3.

Sažete konsolidirane izvještaje za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2012. odobrila je Uprava u Zagrebu 27. srpnja 2012. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2012. 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 2011. 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 2011. godine.

2.3. USPOREDNI I PREPRAVLJENI PODACI

U prosincu 2011. godine Grupa je završila alokaciju plaćenog iznosa za stečenu imovinu Droge Kolinske. U tu svrhu, Atlantic Grupa je unajmila neovisnog procjenitelja i zaključci proizašli iz tog procesa, među ostalim su bili da je korisni vijek uporabe svih Droginih brendova neograničen, te se sukladno tome oni neće amortizirati već će se godišnje provjeravati zbog umanjenja vrijednosti. Učinak smanjenog troška amortizacije u 2011. godini raspoređen je kroz cijelu 2011. godinu kako bi dobili iznose usporedive rezultatima 2012. godine. Učinak promjene u odnosu na iznose objavljene za 2011. godinu je kako slijedi:

(u tisućama kuna)

Sij.-Lip. 2011.

Smanjenje amortizacije dugotrajne materijalne imovine	(1.056)
Smanjenje amortizacije dugotrajne nematerijalne imovine	(19.974)

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA

U siječnju 2012. godine, usvojena je nova organizacijska struktura koja je zamijenila raniju divizijsku strukturu sa modelom organizacije poslovanja kroz šest strateških poslovnih područja i tri strateška distributivna područja kojima je pridruženo i zasebno tržište Rusije. Novo osnovano Strateško poslovno vijeće odgovorno je za strateška i operativna pitanja.

Zbog efikasnijeg upravljanja pojedinačnim strateškim poslovnim i strateškim distributivnim područjima, nova organizacijska područja ujedinjavaju zajedno slične poslovne aktivnosti ili proizvode, zajednička tržišta ili kanale prodaje. Konkretno, od sada je poslovanje Atlantic Grupe organizirano u šest strateških poslovnih područja (SPP) i tri strateška distributivna područja (SDP):

- SPP Pića,
- SPP Kava,
- SPP Slatko i slano,
- SPP Delikatesni namazi,
- SPP Sportska i aktivna prehrana,
- SPP Zdravlje i njega,
- SDP Hrvatska,
- SDP Slovenija, Srbija, Makedonija,
- SDP HoReCa,

te tržište Rusije.

Zbog činjenice da SDP HoReCa i tržište Rusije ne prelaze prag materijalnosti koji zahtijeva MSFI 8 za izvještajne segmente, oni se iskazuju unutar pozicije Ostali segmenti. Pozicija Ostali segmenti sastoji se također i od poslovnih aktivnosti koje se ne alociraju na prethodno spomenuta poslovna i distributivna područja (upravna sjedišta i službe podrške u Srbiji, Sloveniji i Makedoniji) te su isključene iz izvještavanih operativnih segmenata.

Strateško poslovno vijeće prati poslovne rezultate segmenata zasebno u svrhu donošenja odluka o alokaciji resursa i ocijeni poslovanja. Ocjenjivanje uspjeha operativnih segmenata temeljeno je na dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani po operativnim segmentima.

Prodaja individualnih SPP-ova predstavlja ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz SPP-a, bilo kroz SDP-ove). Prodaja Strateških Distributivnih 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.

Operativni rezultati segmenata za razdoblje siječanj – lipanj 2011. godine prepravljeni su kako bi odrazili novi model organizacije i prikazali usporedive podatke.

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Prihod od prodaje <i>(u tisućama kuna)</i>	Sij. - Lip. 2012	Sij. - Lip. 2011
SPP Pića	331.183	329.224
SPP Kava	497.934	442.974
SPP Slatko i slano	283.019	260.858
SPP Delikatesni namazi	221.859	197.299
SPP Sportska i aktivna prehrana	352.096	326.181
SPP Zdravlje i njega	240.321	209.653
SDP Hrvatska	403.945	411.360
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	888.736	830.073
Ostali segmenti	171.417	161.023
Usklada	(1.047.989)	(971.518)
Ukupno	2.342.521	2.197.127

Operativni rezultati segmenata

<i>(u tisućama kuna)</i>	Sij. – Lip. 2012			Sij. – Lip. 2011		
	EBITDA	Amortizacija	EBIT	EBITDA	Amortizacija	EBIT
SPP Pića	86.275	21.844	64.431	79.721	21.631	58.090
SPP Kava	52.944	8.042	44.902	80.494	4.357	76.137
SPP Slatko i slano	68.362	10.916	57.446	41.987	13.152	28.835
SPP Delikatesni namazi	65.704	8.333	57.371	58.500	7.594	50.906
SPP Sportska i aktivna prehrana	15.760	3.167	12.593	14.984	2.743	12.241
SPP Zdravlje i njega	28.490	4.684	23.806	18.320	5.245	13.075
SDP Hrvatska	1.778	3.356	(1.578)	11.040	5.711	5.329
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	35.378	2.699	32.679	20.201	5.818	14.383
Ostali segmenti	(71.854)	11.546	(83.400)	(98.672)	14.537	(113.209)
Ukupno	282.837	74.587	208.250	226.575	80.788	145.787

BILJEŠKA 4 – ZARADA PO DIONICI

Osnovna zarada po dionici

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

	<u>2012.</u>	<u>2011.</u> <u>(Prepravljeno)</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	6.647	28.082
Prosječno ponderirani broj dionica	3.333.961	3.333.952
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	1,99	8,42

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 IMOVINA

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2012. godine, Grupa je uložila 39.641 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme (2011.: 59.448 tisuće kuna).

BILJEŠKA 6 - ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2012. godine Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 9.216 tisuća kuna (2011.: 6.826 tisuća kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

BILJEŠKA 7 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

Grupa ostvaruje transakcije sa sljedećim povezanim strankama: dioničarima i ostalim društvima u vlasništvu ili pod kontrolom dioničara. Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u Bilanci na dan 30. lipnja 2012. godine i 31. prosinca 2011. godine i stavke računa dobiti i gubitka za šestomjesečne periode završene 30. lipnja su kako slijedi:

(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)

	<u>30. lipnja 2012</u>	<u>31. prosinca 2011</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	94.939	93.528
OBVEZE		
Primljeni krediti		
Dioničari	423.745	427.959
Obveze prema dobavljačima		
Dioničari	22	22
Ostale povezane stranke	8	2.003
PRIHODI		
Prihodi od prodaje robe i usluga		
Ostale povezane stranke	227.664	157.354
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	227	91
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	4.450	2.195
Neto rashodi od financiranja		
Dioničari	15.547	16.561



Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 30. srpanj 2012. 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 2012. godine do 30. lipnja 2012. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva. Izvješće posloводства za polugodišnje razdoblje okončano 30. lipnja 2012. 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.
Odnosi s investitorima

+385 1 2413 908
ir@atlanticgrupa.com