

Financijski rezultati u prvih devet mjeseci 2012. godine

Zagreb – 30. listopada 2012. godine

Rast prihoda od prodaje i profitabilnosti u prvih devet mjeseci 2012. godine

- **Prihodi od prodaje u iznosu od 3.631,7 milijuna kuna**
+ 5,3% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
- **Dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) u iznosu od 446,0 milijuna kuna**
+ 10,9% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
- **Dobit prije kamata i poreza (EBIT) u iznosu od 332,6 milijuna kuna**
+ 18,7% u odnosu na isto razdoblje prošle godine
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa u iznosu od 71,2 milijuna kuna**
+ 9,6% u odnosu na isto razdoblje prošle godine

Komentar predsjednika Uprave

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

“Uloženi trud zaposlenika i strateško promišljanje menadžmenta rezultirali su rastom prihoda od prodaje Atlantic Grupe u prvih devet mjeseci 2012. godine, dok je fokusom na integraciju i unutarnje sinergije poboljšana profitabilnost Grupe. Posebno nas raduje činjenica da su ovakvi rezultati ostvareni u iznimno teškoj makroekonomskoj situaciji u regiji i šire.

I u narednom razdoblju bit ćemo usmjereni na organski rast, optimizaciju troškova te upravljanje rizicima, kako bi se ostvarili zacrtani ciljevi poslovanja.”

Financijski sažetak prvih devet mjeseci 2012. godine

Ključni pokazatelji	9M12	9M11	9M12/9M11
Prodaja (u milijunima kuna)	3.631,7	3.450,2	5,3%
Prihodi (u milijunima kuna)	3.672,4	3.474,6	5,7%
EBITDA marža	12,3%	11,7%	+63 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	71,2	64,9	9,6%
Pokazatelj zaduženosti*	62,2%	62,3%	-5 bb

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

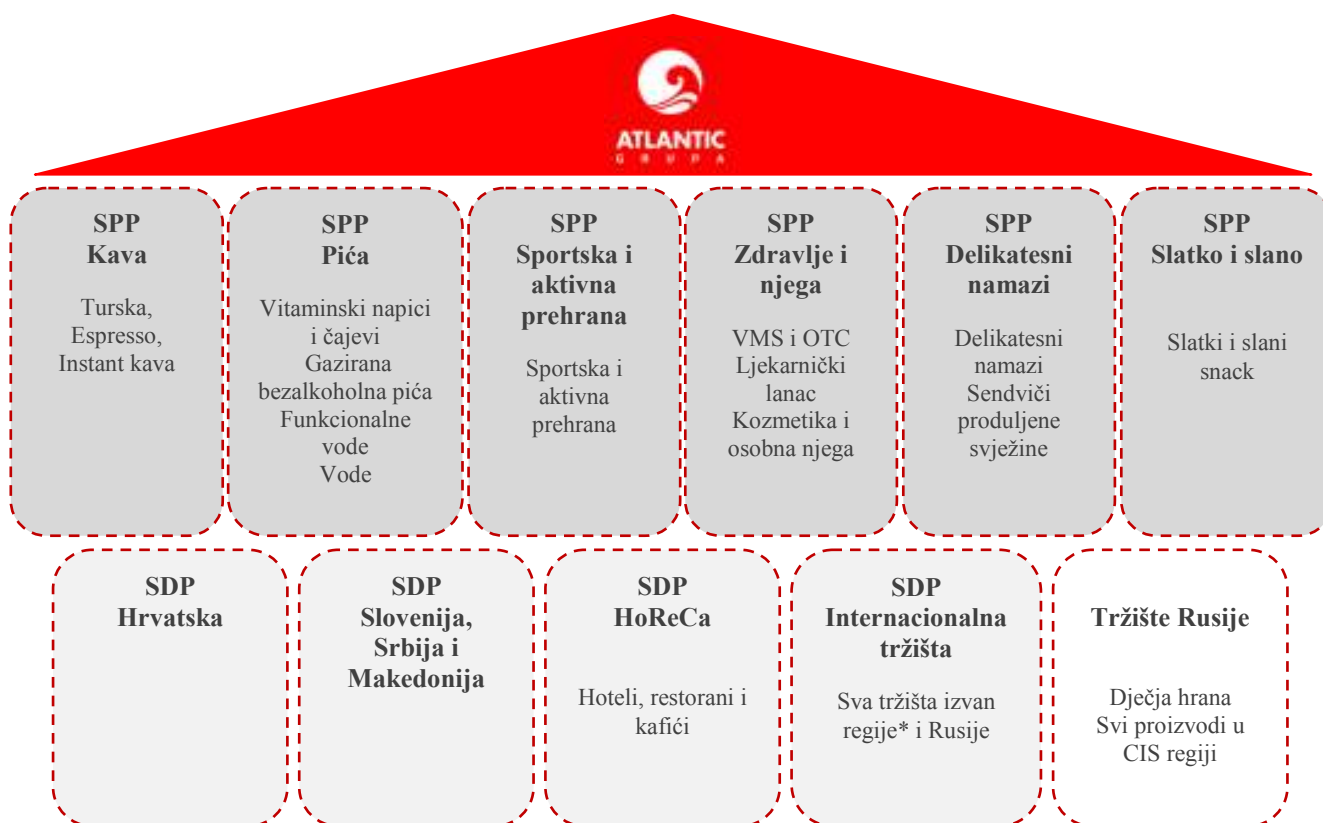
KLJUČNI DOGAĐAJI u prvih devet mjeseci 2012. godine

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.

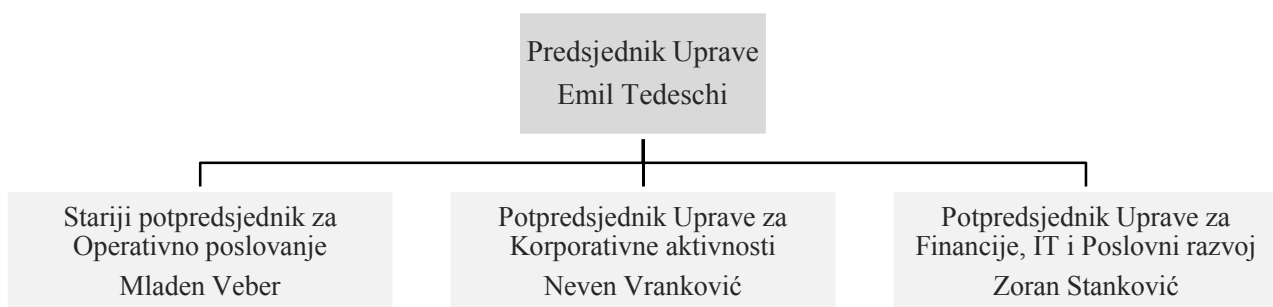
Osnovna karakteristika nove organizacije je povezivanje poslovanja u posebna poslovna područja vezana uz pojedinu vrstu proizvoda te posebna prodajna područja unutar kojih se pokrivaju sva važna tržišta, kao i strateški prodajni kanali.



* 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 prvih devet mjeseci 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 ugovornih 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. Dodatno za potrebe centralnog skladišta u Šimanovcima, Srbija, uveden je sustav za automatizirano upravljanje skladištem, koji se koristi i u skladištima u Zagrebu i Splitu te su na taj način kroz isti alat standardizirani i ujednačeni procesi skladišnog poslovanja u Hrvatskoj i Srbiji. 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 prvih devet mjeseci 2012. 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 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 lansiralo je na tržište Srbije i Bosne i Hercegovine napolitanke u tri nova okusa te Čoko Smoki malina. Na sva tržišta regije lansirana je Smoki King Size dok je na tržište Srbije, Bosne i Hercegovine i Makedonije lansirana nugat krem okus čokolade Najlepše želje. Također, 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“. Od kraja srpnja započela je distribucija Montana sendviča na Petrol benzinskim postajama na tržištu Slovenije.

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. Dietpharm je na tržište lansirao dva nova proizvoda, Nutrival Triaktiv i Magnezij 375 šumeće tablete. Atlantic Pharmacentar potpisao je nove ugovore o isključivoj distribuciji s tvrtkom Delmerion za distribuciju brenda Apivita, tvrtkom Mediacom za distribuciju brenda Slimmies te tvrtkama Terralab i Nila Media.

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.

Strateško distribucijsko područje Slovenija, Srbija, Makedonija je početkom kolovoza potpisala ekskluzivno pravo distribucije pelinkovca "Gorki list" na tržištu Srbije i tako obogatilo distribucijski portfelj Atlantic Grupe s još jednim principalom.

DINAMIKA PRODAJE u prvih devet mjeseci 2012. godine

Profil prodaje po Strateškim poslovnim područjima te Strateškim distribucijskim područjima

Prihodi od prodaje	9M12	9M11	9M12/9M11
(u tisućama kuna)			
SPP Pića	526.807	518.658	1,6%
SPP Kava	774.217	707.874	9,4%
SPP Slatko i slano	414.910	395.610	4,9%
SPP Delikatesni namazi	356.535	321.892	10,8%
SPP Sportska i aktivna prehrana	535.590	498.773	7,4%
SPP Zdravlje i njega	354.969	323.177	9,8%
SDP Hrvatska	662.003	663.308	(0,2%)
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	1.352.576	1.303.377	3,8%
Ostali segmenti*	275.335	247.592	11,2%
Usklada**	(1.621.274)	(1.530.082)	n/p
Prodaja	3.631.668	3.450.179	5,3%

U prvih devet mjeseci 2012. godine prihodi od prodaje Atlantic Grupe su iznosili 3.631,7 milijuna kuna što je za 5,3% veći rezultat u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine kada su prihodi od prodaje iznosili 3.450,2 milijuna kuna. Rast prihoda od prodaje su zabilježila sva Strateška poslovna područja od kojih se ističe Strateško poslovno područje Delikatesni namazi s dvoznamenkastom stopom rasta prihoda od prodaje kao i Strateška poslovna područja Zdravlje i njega, Kava te Sportska i aktivna prehrana s višom jednoznamenkastom stopom rasta prihoda od prodaje.

* 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. Tržište Rusije do daljnjeg će uključivati samo prodaju asortimana dječje hrane pod brendom Bebi.

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

Promatrajući treći kvartal zasebno, Atlantic Grupa je ostvarila prihode od prodaje u visini od 1.289,1 milijun kuna, što je 2,9% više u odnosu na prihode od prodaje u trećem kvartalu 2011. godine kada su iznosili 1.253,1 milijun kuna.

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

- **Strateško poslovno područje Pića** je u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvarilo rast prihoda od prodaje od 1,6% u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine. Najveći doprinos rastu je došao od segmenta gaziranih bezalkoholnih pića s brendom Cockta i od segmenta funkcionalnih voda s brendom Donat Mg. Promatrajući po tržištima, značajno je istaknuti dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje na tržištu Rusije koje je ostvareno rastom prodaje brenda Donat Mg.
- **Strateško poslovno područje Kava** je s 774,2 milijuna kuna prihoda od prodaje zabilježilo 9,4% bolji rezultat u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini. Rast je ostvaren u svim kategorijama kave – kategoriji turske, espresso i instant kave. Promatrajući po tržištima, tržišta Hrvatske, Slovenije, Makedonije te Bosne i Hercegovine ostvaruju dvoznamenkaste stope rasta prihoda od prodaje, dok tržište Srbije ostvaruje srednje jednoznamenkastu stopu rasta prihoda od prodaje.
- **Strateško poslovno područje Slatko i slano** je raslo 4,9% na godišnjoj razini ostvarivši 414,9 milijuna kuna prihoda od prodaje. Najveći doprinos rastu je došao od kategorija keksa i flipsa, dok su rast zabilježile i kategorije čokoladnih pločica i štapića. Promatrajući po tržištima, rast je ostvaren na svim regionalnim tržištima, s najznačajnijim rastom na tržištu Srbije te više nego dvostrukim rastom na tržištu Hrvatske kao rezultat proširenja distribucije asortimana proizvoda slatkog i slanog u ovoj godini.
- **Strateško poslovno područje Delikatesni namazi** je ostvarilo rast prihoda od prodaje u prvih devet mjeseci 2012. godine od 10,8% u odnosu na prvih devet mjeseci u 2011. godini. Rast je ostvaren u kategoriji mesnih delikatesnih namaza, ribljih delikatesnih namaza i u kategoriji sendviča s produženom svježinom. Promatrajući po zemljama, dvoznamenkaste stope rasta su ostvarene na tržištima Srbije, Slovenije, Crne Gore i Kosova, a od tržišta izvan regije na tržištima Švicarske, Švedske, Rusije, Italije i Ujedinjenog Kraljevstva. Tržišta Hrvatske, Makedonije i Austrije su ostvarila srednje do više jednoznamenkaste stope rasta. 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.
- **Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana** bilježi 7,4%-tni rast prihoda od prodaje u prvih devet mjeseci 2012. godine na godišnjoj razini. Dvoznamenkasti rast prodaje brenda Multipower bilježe tržišta Ujedinjenog Kraljevstva, Rusije i Španjolske, dok je Multipower na tržištu Italije ostvario rezultat na razini prvih devet mjeseci 2011. godine. Tržište Njemačke bilježi blagi rast prihoda od prodaje potaknut rastom prodaje proizvoda iz segmenta privatnih robnih marki.

- **Strateško poslovno područje Zdravlje i njega** je s 355,0 milijuna kuna prihoda od prodaje ostvarilo rast od 9,8% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Rast je najviše potaknut: (i) dvoznamenkastim rastom prihoda od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia, uzrokovanim kako organskim rastom tako i pripajanjem 5 ljekarni preuzetih u svibnju 2011. godine te (ii) značajnim stopama rasta Multivite uslijed povećanja asortimana proizvoda koji se distribuiraju na tržište Rusije te rješavanja poteškoća koje su postojale u 2011. u radu tamošnjeg distributera.
- **Strateško distribucijsko područje Hrvatska** bilježi blagi pad prihoda od prodaje od 0,2% u prvih devet mjeseci 2012. godine u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine. Ostvareni rezultat je posljedica pada segmenta principalskih brendova ponajviše uslijed prestanka distribucije dijela asortimana Karoline. Pad segmenta principalskih brendova je ublažen rastom segmenta vlastitih brendova od kojih se najviše ističu: (i) brend Barcaffè koji sve agresivnije zauzima poziciju na hrvatskom tržištu, (ii) brend Argeta te (iii) brend Smoki iz asortimana slatko i slano.
- **Strateško distribucijsko područje Slovenija, Srbija, Makedonija** je ostvarilo rast od 3,8% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine što je rezultiralo s 1.352,6 milijuna kuna prihoda od prodaje. Najveći doprinos ostvarenom rezultatu je došao iz segmenta kave, delikatesnih namaza, pića te slatkog i slanog. Rast prihoda od prodaje na tržištu Slovenije bilježi: (i) segment kave u svim kategorijama (turska kava, espresso, instant) s brendom Barcaffè, (ii) segment pića u kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, (iii) segment delikatesni namazi s brendom Argeta te (iv) segment slatko i slano u kategoriji flips s brendom Smoki. Najznačajniji doprinos rastu prodaje u Srbiji dolazi od: (i) segmenta kave s brendovima Grand kafa i Bonito u kategoriji turske kave te brendom Grand kafa u kategoriji instant kave, (ii) segmenta pića u VIN (vitaminski instant napitak) i on-the-go kategoriji s brendovima Cedevita i Cedevita GO! te u kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, (iii) segmenta delikatesnih namaza s brendom Argeta te (iv) segmenta zdravlje i njega s brendom Dietpharm i Multivita. Tržište Makedonije je ostvarilo rast prihoda od prodaje na godišnjoj razini potaknuto rastom prodaje: (i) segmenta kave u kategoriji turske kave s brendovima Grand kafa, Minas i C kava, (ii) segmenta delikatesnih namaza s brendom Argeta i (iii) segmenta slatko i slano.
- **Ostali segmenti** u prvih devet mjeseci 2012. godine bilježe rast prodaje od 11,2% 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, dok Strateško distribucijsko područje HoReCa u promatranom razdoblju ostvaruje rast prihoda od prodaje kao rezultat rasta distribucije asortimana kave i pića.

Pregled prodaje po tržištima

(u milijunima kuna)	9M12	% prihoda od prodaje	9M11	% prihoda od prodaje	9M12/9M11
Hrvatska	996,6	27,4%	1.000,6	29,0%	(0,4%)
Srbija	864,7	23,8%	840,2	24,4%	2,9%
Slovenija	448,6	12,4%	415,1	12,0%	8,1%
Bosna i Hercegovina	294,4	8,1%	284,4	8,2%	3,5%
Ostala tržišta regije*	230,6	6,3%	210,9	6,1%	9,3%
Zapadna Europa**	304,2	8,4%	292,6	8,5%	4,0%
Rusija i IE	166,1	4,6%	122,1	3,5%	36,1%
Ostala tržišta	326,5	9,0%	284,4	8,3%	14,8%
Ukupna prodaja	3.631,7	100,0%	3.450,2	100,0%	5,3%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

**Zapadna Europa: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija

- **Tržište Hrvatske** je u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvarilo 0,4% manje prihode od prodaje u iznosu od 996,6 milijuna kuna. Smanjena prodaja na tržištu Hrvatske je rezultat manje prodaje principalskih brendova posljedično na prestanak distribucije proizvoda iz portfelja Tvornice Duhana Rovinj i dijela proizvoda iz asortimana Karoline. Pad prodaje principalskih brendova je ublažen rastom drugih principala poput Raucha i Ferrera. Također, na ostvareni rezultat je utjecala i loša makroekonomska situacija na tržištu Hrvatske s: (i) padom BDP-a u drugom kvartalu od 2,2% na godišnjoj razini, (ii) nastavkom negativnih trendova na tržištu rada (rast broja registriranih nezaposlenih u razdoblju siječanj-rujan od 3,0% s istovremenim smanjenjem broja registriranih zaposlenih od 1,0% i registriranog aktivnog stanovništva od 0,3% na godišnjoj razini) te (iii) padom realne neto plaće u prvih sedam mjeseci na godišnjoj razini od 1,4%. Sve navedeno negativno utječe na kupovnu moć potrošača i osobnu potrošnju, ali i na sentiment što je vidljivo po padu indeksa pouzdanja potrošača (-45.1 u rujnu naspram -21.8 u siječnju ove godine). Usprkos nestimulativnoj situaciji na tržištu Hrvatske, vlastite robne marke bilježe rast od kojih je najznačajniji u: (i) segmentu kave s brendom Barcaffè, (ii) segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta te (iii) segmentu slatko i slano s brendom Smoki. Također, rast bilježi i ljekarnički lanac Farmacia s 12,0% rasta u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Tržište Hrvatske ostaje prodajno najveće tržište Atlantic Grupe s 27,4% udjela u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe.
- **Tržište Srbije** je s 864,7 milijuna kuna prihoda od prodaje u prvih devet mjeseci 2012. godine drugo najveće prodajno tržište Atlantic Grupe. U odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine, tržište Srbije je ostvarilo 2,9%-tni rast prihoda od prodaje, koji je ostvaren u segmentu kave, pića, delikatesnih namaza te slatko i slano. Promatrajući prihode od prodaje u lokalnoj valuti ostvaren je rast od 12,4%. Rast prihoda od prodaje je ostvaren u situaciji: (i) pada BDP-a od 0,8% u drugom kvartalu na godišnjoj razini, (ii) negativnih trendova na tržištu rada (rast registriranog broja nezaposlenih u prvih sedam

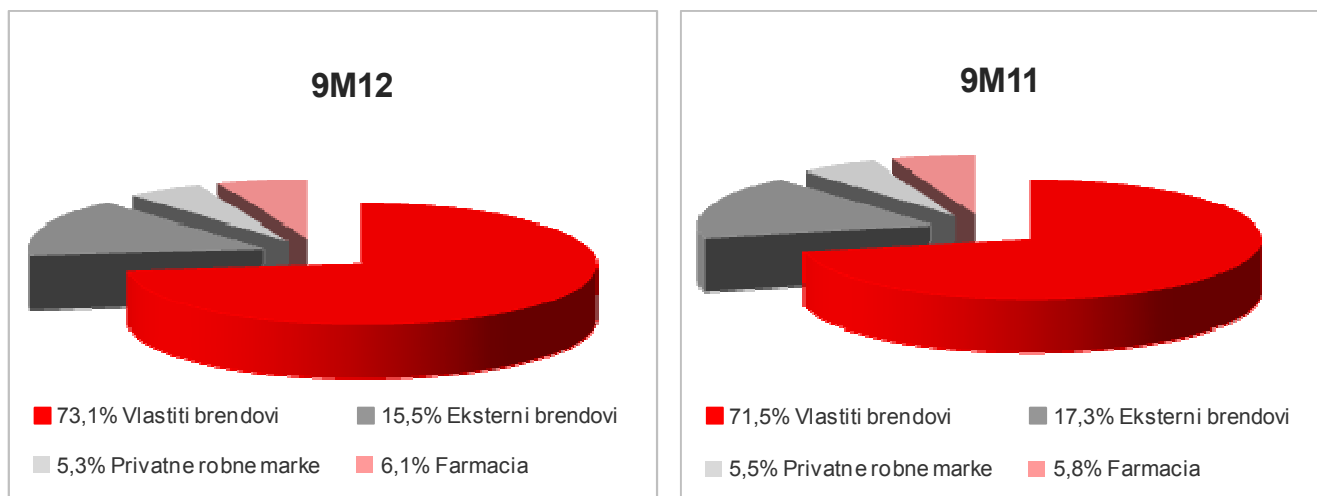
mjeseci od 0,8% na godišnjoj razini i istovremeni pad broja zaposlenih od 1,4%) i (iii) pada prometa u trgovini na malo u prvih osam mjeseci od 3,5% na godišnjoj razini.

- **Tržište Slovenije** je s 448,6 milijuna kuna prihoda od prodaje treće najveće prodajno tržište Atlantic Grupe čineći tako 12,4% ukupnih prihoda od prodaje Atlantic Grupe. U prvih devet mjeseci 2012. godine ostvaren je rast prihoda od prodaje od 8,1% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine prvenstveno u segmentima kave, pića, delikatesnih namaza te slatko i slano. Na tržištu Slovenije makroekonomski pokazatelji nisu ohrabrujući s obzirom na: (i) pad BDP-a u drugom kvartalu od 3,2% na godišnjoj razini, (ii) rast registriranog broja nezaposlenih od 1,1% na godišnjoj razini u prvih osam mjeseci 2012. godine te (iii) smanjenje kupovne moći potrošača (u prvih osam mjeseci neto plaća je porasla za 0,8% na godišnjoj razini, dok je istovremeno rast potrošačkih cijena iznosio 2,5%).
- **Tržište Bosne i Hercegovine** je u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvarilo rast prihoda od prodaje od 3,5%. Ostvareni rezultat je značajan imajući na umu: (i) iznimno nepovoljnu situaciju na tržištu rada (u prvih sedam mjeseci 2012. godine prosječna registrirana stopa nezaposlenosti je iznosila 44,0% s rastom prosječnog registriranog broja nezaposlenih u istom razdoblju od 2,4% na godišnjoj razini) i (ii) smanjenje kupovne moći potrošača (u prvih osam mjeseci 2012. godine prosječna mjesečna neto plaća je bila veća 1,4% na godišnjoj razini, no u istom razdoblju potrošačke cijene su porasle 2,0% na godišnjoj razini). Rast na tržištu Bosne i Hercegovine je ostvaren u segmentu kave, pića te slatko i slano.
- **Ostala tržišta regije** (Makedonija, Crna Gora, Kosovo) su zabilježila 230,6 milijuna kuna prihoda od prodaje u prvih devet mjeseci 2012. godine što je rast od 9,3% u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine. Rast na ovim tržištima ostvaren je u pojedinim kategorijama segmenta kave, delikatesnih namaza te slatko i slano.
- **Tržišta Zapadne Europe** (Njemačka, Italija, Ujedinjeno Kraljevstvo) su u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvarila 304,2 milijuna kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 4,0% u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine kada su prihodi od prodaje iznosili 292,6 milijuna kuna. **Tržište Njemačke**, kao prodajno najveće zapadnoeuropsko tržište Atlantic Grupe je ostvarilo rast prihoda od prodaje od 1,7% na godišnjoj razini u promatranom razdoblju. Rastu je doprinijela veća prodaja privatnih robnih marki unutar segmenta sportske i aktivne prehrane čime je anuliran negativan utjecaj na prihode od prodaje navedenog segmenta uslijed: (i) delistiranja brendova iz vodećeg njemačkog lanca fitnes centara koji je uveo slične proizvode pod vlastitim brendom te (ii) stečaja značajnog maloprodajnog lanca Schlecker. Tržište Njemačke ostaje gospodarski najstabilnije zapadnoeuropsko tržište Atlantic Grupe s pozitivnim makroekonomskim pokazateljima u 2012. godini. **Tržište Ujedinjenog Kraljevstva** je, s ostvarenim 14,8%-tnim rastom prihoda od prodaje na godišnjoj razini, predvodilo tržišta Zapadne Europe u prvih devet mjeseci 2012. godine. Dvoznamenkasti rast brenda Multipower iz segmenta sportske i aktivne prehrane je ostvaren u situaciji: (i) 0,4%-tnog pada BDP-a u drugom kvartalu 2012. godine na kvartalnoj razini, (ii) negativnih pokazatelja s tržišta rada (prosječna stopa nezaposlenosti u razdoblju siječanj-kolovoz 2012. godine je bila 8,1% dok je u istom razdoblju prethodne godine iznosila 7,8%) i (iii) većeg rasta potrošačkih cijena u prvih osam mjeseci 2012. godine na godišnjoj razini od rasta tjednih nadnica u istome razdoblju što smanjuje kupovnu moć potrošača. **Tržište Italije** je u promatranom razdoblju ostvarilo rast prihoda od prodaje od 4,6% na godišnjoj razini uslijed: (i) rasta prodaje kategorije funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, (ii) rasta segmenta delikatesnih namaza s

brendom Argeta te (iii) rastom prodaje privatnih robnih marki u segmentu zdravlje i njega. Dodatno treba imati na umu i izazovnu gospodarsku situaciju s: (i) padom BDP-u u drugom kvartalu od 2,6% na godišnjoj razini, (ii) snažnim rastom nezaposlenosti (u kolovozu je broj nezaposlenih bio veći za 30,4% na godišnjoj razini) te (iii) većim rastom potrošačkih cijena od bruto nadnica što smanjuje kupovnu moć stanovništva (bruto nadnice su u drugom kvartalu 2012. rasle 0,8% na godišnjoj razini, dok je prosječan rast potrošačkih cijena u navedenom razdoblju bio 3,6%).

- **Tržišta Rusije i Istočne Europe** su u prvih devet mjeseci 2012. godine s 166,1 milijun kuna prihoda od prodaje ostvarila rast od 36,1% u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine. Pritom, dvoznamenkasti rast prihoda od prodaje je zabilježen u: (i) kategoriji funkcionalnih voda s brendom Donat Mg, (ii) segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta, (iii) kategoriji dječje hrane s brendom Bebi te (iv) segmentu sportske i aktivne prehrane s brendom Multipower. Također, dvoznamenkast rast prihoda od prodaje ostvaruju proizvodi Multivite uslijed proširenja asortimana proizvoda te rješavanja poteškoća u radu tamošnjeg distributera koji su se javili tijekom 2011. godine. Ostvarenim rezultatom, tržišta Rusije i Istočne Europe su povećala svoj udio u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe na 4,6% u odnosu na 3,5% u istom razdoblju prethodne godine.
- **Ostala tržišta** s 326,5 milijuna kuna prihoda od prodaje čine 9,0% ukupnih prihoda od prodaje Atlantic Grupe u prvih devet mjeseci 2012. godine. Ostvareni rezultat je za 14,8% veći u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine kada je iznosio 284,4 milijuna kuna. Rast je ostvaren u: (i) segmentu kave s rastom brenda Grand kafa u kategoriji turske kave, (ii) segmentu pića u kategoriji gaziranih bezalkoholnih pića s brendovima Cockta i Jupi kao i u VIN i on-the-go kategoriji s brendom Cedevita i Cedevita GO!, (iii) segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta, (iv) segmentu slatko i slano u kategorijama čokolade, keksa, vafla i čokoladnih pločica te (v) u segmentima zdravlje i njega i sportska i aktivna prehrana s rastom asortimana privatnih robnih marki.

Profil prodaje



- **Vlastiti brendovi** su u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvarili 2.653,1 milijun kuna prihoda od prodaje što je za 7,6% veći rezultat u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine kada su iznosili 2.466,4 milijuna kuna. Udio vlastitih brendova u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe je u promatranom razdoblju povećan na 73,1% s 71,5% koliko je iznosio u istom razdoblju prethodne godine. Nastavak povećanja prodaje vlastitih brendova je rezultat aktivnosti usmjerenih na efikasnije upravljanje postojećim proizvodima kao i lansiranja novih proizvoda iz aktualnog asortimana Atlantic Grupe. Najveći rast su ostvarili vlastiti brendovi u segmentu: (i) kave s brendovima Grand kafa i Barcaffè, (ii) pića s brendovima Cockta i Donat Mg, (iii) delikatesnih namaza s brendom Argeta i (iv) slatkog i slanog s brendovima Štark, Bananica, Smoki i Prima.
- **Eksterni brendovi** su u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvarili 561,5 milijuna kuna prihoda od prodaje. Ostvareni rezultat je 5,8% manji u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini kao rezultat prestanka distribucije dijela asortimana Karoline te prestanka distribucije proizvoda iz portfelja Tvornice Duhana Rovinj. Negativan utjecaj prestanka distribucije dijela asortimana je ublažen rastom prodaje drugih principala od kojih se ističu Ferrero i Rauch. Udio eksternih brendova je u promatranom razdoblju iznosio 15,5% ukupnih prihoda od prodaje Atlantic Grupe.
- **Privatne robne marke** (engl. private label) s 194,0 milijuna kuna prihoda od prodaje u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvaruju 2,8%-tni rast u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini kada su iznosile 188,7 milijuna kuna. Rast privatnih robnih marki je ponajprije ostvaren u asortimanu Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana. Udio privatnih robnih marki u prvih devet mjeseci 2012. godine čini 5,3% ukupnih prihoda od prodaje Atlantic Grupe.
- Ljekarnički lanac **Farmacia** je i u prvih devet mjeseci 2012. godine ostvario dvoznamenkastu stopu rasta prihoda od prodaje na godišnjoj razini od 12,0%. Udio ljekarničkog lanca Farmacia u ukupnim prihodima od prodaje Atlantic Grupe je nastavio rasti pa je u promatranom razdoblju iznosio 6,1% dok je u prvih devet mjeseci 2011. godine iznosio 5,8%. Rast ljekarničkog lanca je ostvaren kako na organskoj razini, tako i pripajanjem 5 preuzetih ljekarni u svibnju 2011. godine. Na 30.09.2012. godine, ljekarnički lanac Farmacia u svom sastavu ima 45 ljekarni i 11 specijaliziranih prodavaonica.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI u prvih devet mjeseci 2012. godine

Profitabilnost Atlantic Grupe

(u milijunima kuna)	9M12	9M11 (Prepravljeno)*	9M12/9M11
Prodaja	3.631,7	3.450,2	5,3%
EBITDA	446,0	402,0	10,9%
Normalizirana EBITDA	447,6	394,0	13,6%
EBIT	332,6	280,2	18,7%
Normaliziran EBIT	334,2	272,2	22,8%
Neto dobit/gubitak	82,8	72,1	14,9%
Normalizirana Neto dobit/gubitak	84,5	64,1	31,9%
Profitne marže			
EBITDA marža	12,3%	11,7%	+63 bb
Normalizirana EBITDA marža	12,3%	11,4%	+91 bb
EBIT marža	9,2%	8,1%	+104 bb
Normalizirana EBIT marža	9,2%	7,9%	+131 bb
Neto profitna marža	2,3%	2,1%	+19 bb
Normalizirana Neto profitna marža	2,3%	1,9%	+47 bb

U prvih devet mjeseci 2012. godine Atlantic Grupa je ostvarila dvoznamenkasti rast profitabilnosti na EBITDA (dobit prije kamata, poreza i amortizacije) i EBIT (dobit prije kamata i poreza) razini u odnosu na prvih devet mjeseci 2011. godine. Na rast profitabilnosti je utjecao veći rast prodaje od rasta troškova što je rezultat: (i) efikasnijeg upravljanja postojećim proizvodima, (ii) lansiranja novih proizvoda, (iii) provođenja troškovnog menadžmenta kroz program smanjenja troškova CORE (engl. Cost Reduction) program i (iv) optimizacije poslovnih procesa na centralnoj razini i na nižim razinama koji su uvedeni kako bi se poboljšala operativna efikasnost. Dodatan utjecaj na rast profitabilnosti je došao od: (i) sinergijskih učinaka koji nisu bili u potpunosti ostvareni u prvih devet mjeseci 2011. godine, (ii) činjenice da je prva polovica 2011. godine bila opterećena brojnim integracijskim aktivnostima i pregovorima s ključnim kupcima te (iii) promjene prodajnog miksa s većim udjelom prodaje vlastitih brendova.

Jednokratne stavke izuzete u procesu normalizacije obuhvaćaju slijedeće:

- ❖ U prvih devet mjeseci 2011. godine ostvareno je 4,0 milijuna kuna transakcijskih troškova u vezi s akvizicijom Droga Kolinske u 2010. godini te 12,0 milijuna kuna jednokratne dobiti od prodaje 13 postotnog udjela u društvu RTL Hrvatska
- ❖ U prvih devet mjeseci 2012. godine ostvareno je 1,7 milijuna kuna dodatnih transakcijskih troškova u vezi s akvizicijom Droga Kolinske u 2010. godini.

* 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 umanjena vrijednosti. Učinak smanjenog troška amortizacije u 2011. godini raspoređen je kroz cijelu 2011. godinu kako bi dobili iznose usporedive rezultatima 2012. godine.

U prvih devet mjeseci 2012. godine **normalizirana EBITDA je iznosila 447,6 milijuna kuna** što je 13,6% više od normalizirane EBITDA razine ostvarene u prvih devet mjeseci 2011. godine. Normalizirana EBITDA marža je u promatranom razdoblju veća za 91 bazni bod na godišnjoj razini i iznosi 12,3%. Na rast normalizirane EBITDA i normalizirane EBITDA marže između ostalog utjecao je: (i) rast prodaje uslijed efikasnijeg upravljanja postojećim proizvodima i lansiranja novih proizvoda, (ii) smanjenje troškova zaposlenih te ostalih operativnih troškova kao rezultat provođenja CORE programa, te (iii) rast ostalih prihoda uslijed ostvarenih i očekivanih nadoknada šteta pretrpljenih u prethodnim razdobljima.

Normalizirani EBIT od 334,2 milijuna kuna je 22,8% viši u odnosu na normalizirani EBIT ostvaren u prvih devet mjeseci prošle godine te je EBIT marža u promatranom periodu porasla za 131 bazni bod na 9,2%. 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.

Normalizirana neto dobit od 84,5 milijuna kuna ostvarena u prvih devet mjeseci 2012. godine je 31,9% veća u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini. Na rast normalizirane neto dobiti su utjecale stavke navedene u dvije prethodne točke dok je ograničavajući faktor neto gubitak od tečajnih razlika u iznosu od 49,1 milijun kuna primarno uslijed značajne promjene tečaja dinara i eura (RSD/EUR).

Sažeta analiza trećega kvartala 2012. godine

- ❖ U trećem kvartalu 2012. godine ostvarena je normalizirana EBITDA od 163,4 milijuna kuna što je za 0,7% manje u odnosu na treći kvartal 2011. godine kada je normalizirana EBITDA iznosila 164,5 milijuna kuna. U trećem kvartalu 2012. godine normalizirana EBITDA marža je iznosila 12,7% u odnosu na 13,1% u istom razdoblju prethodne godine.
- ❖ Normalizirani EBIT je s 124,6 milijuna kuna u promatranom periodu ostvario blagi rast od 0,9%, dok je normalizirana EBIT marža iznosila 9,7%.
- ❖ U trećem kvartalu 2012. godine ostvarena je normalizirana neto dobit od 68,7 milijuna kuna zabilježivši rast od 140,6% u odnosu na treći kvartal 2011. godine. Normalizirana neto profitna marža je iznosila 5,3% što je rast od 305 baznih bodova u odnosu na isto razdoblje u 2011. godini.

FINANCIJSKI POKAZATELJI u prvih devet mjeseci 2012. godine

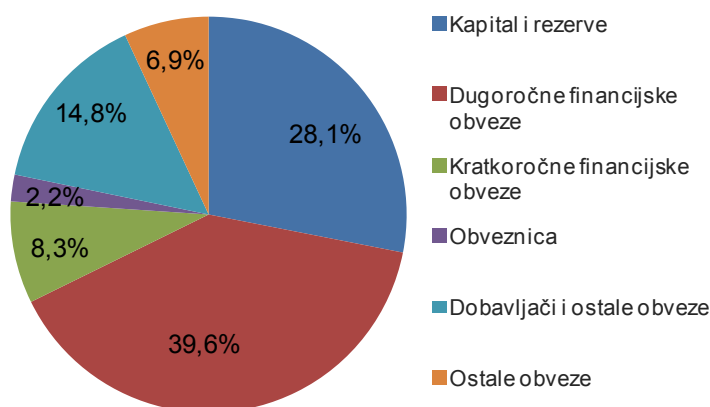
(u milijunima kuna)	9M12	2011.
Neto dug	2.396,4	2.494,0
Ukupna imovina	5.184,6	5.355,2
Vlasnička glavnica i manjinski interesi	1.456,2	1.512,3
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,76	1,84
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	62,2%	62,3%
Neto dug/EBITDA*	4,2	4,8
	9M12	9M11
Pokriće troška kamata**	2,6	2,4
Capex	56,3	71,7
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	180,8	158,5

*Normalizirano, EBITDA u zadnjih 12 mjeseci za 9M12; **Normalizirano

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvih devet mjeseci 2012. godine potrebno je istaknuti sljedeće:

❖ Neto dug od 2.396,4 milijuna kuna smanjen je za gotovo 100 milijuna kuna i reflektira financijski dug od 2.600,6 milijuna kuna, neto derivativne obveze od 70,1 milijun kuna te iznos novca i novčanih ekvivalenata i kratkoročnih depozita od ukupno 274,4 milijuna kuna. Posljedično, pokazatelji zaduženosti su: (i) odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug od 62,2%, (ii) odnos neto duga i EBITDA od 4,2 te (iii) pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA od 2,6 puta.

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



❖ Najveća stavka u pasivi su dugoročne financijske obveze bez obveznice koje čine 39,6% ukupne pasive.

❖ Druga najveća stavka je kapital i rezerve s udjelom u ukupnoj pasivi od 28,1%.

❖ Dugoročne i kratkoročne financijske obveze s obveznicom čine 50,2% 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 prvih devet mjeseci 2012. godine iznose 56,3 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

Treći kvartal nije donio značajne promjene u hrvatskom gospodarstvu pa menadžment Atlantic Grupe zadržava očekivanja o padu hrvatskog gospodarstva u 2012. godini. Povećanje stope PDV-a, više cijene komunalnih usluga (opskrba plinom, električnom energijom, vodom), nastavak nepovoljnih kretanja na tržištu rada i stagnacija realnih neto plaća ne nude nadu u oporavak privatne potrošnje kao i trgovine na malo u nastavku godine. Znak ohrabrenja je nedavna revizija rejting agencije Fitch o promjeni izgleda za hrvatsko gospodarstvo iz negativnog u stabilno, ali i konsenzus oko fiskalne i monetarne politike što pruža određenu stabilnost i uklanja neizvjesnost oko smjerova spomenutih politika.

Razduživanje je i dalje jedno od glavnih obilježja regije i Europske Unije i ne očekuje se zaokret u nastavku godine. Situacija u zemljama regije će ovisiti o uspješnosti lokalnih vlasti u rješavanju strukturnih problema, kao i specifičnih problema pojedinih zemalja poput ranjivosti bankovnog sektora u Sloveniji, stanja državnog proračuna u Srbiji i političkog konsenzusa u Bosni i Hercegovini. Značajnije promjene u situaciji na tržištima regije se ne očekuju u nastavku 2012. godine uzevši u obzir i njihovu ovisnost o situaciji u eurozoni koja je njihov značajan trgovinski partner i izvor financiranja.

Realno je očekivati da će tržište Njemačke i u nastavku godine biti ekonomski najstabilnije tržište Atlantic Grupe izvan regije, ali i ono pokazuje znakove usporavanja. Najveća opasnost za tržište Italije će i dalje dolaziti od političke neizvjesnosti (tehnokratska vlada) i ranjivosti javnih financija. U samoj eurozoni javljaju se prijedlozi za drugačije rješavanje dužničke krize, no vjerojatno je da se do kraja godine neće mijenjati trenutni stav o strožoj fiskalnoj disciplini zemalja članica i mjerama štednje. Dodatan uteg za situaciju u eurozoni je i dužnička kriza na periferiji eurozone kao i neizvjesnost oko razvoja situacije u Španjolskoj i Italiji. Uzevši u obzir sve navedeno, menadžment Atlantic Grupe zadržava mišljenje da bi na razini cijele eurozone 2012. godina 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;
- ❖ Fokusirani razvoj segmenta upravljanja svim rizicima u poslovanju kompanije.

Shodno navedenome, 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
DEVETOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. RUJNA 2012.
(NEREVIDIRANO)**

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

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ruj. 2012	Sij.-Ruj. 2011 (Prepravljeno)	Indeks	Srp.-Ruj. 2012	Srp.-Ruj. 2011 (Prepravljeno)	Indeks
Ukupan prihod	3.672.404	3.474.598	105,7	1.296.488	1.265.140	102,5
Prihod od prodaje	3.631.668	3.450.179	105,3	1.289.147	1.253.052	102,9
Ostali prihodi	40.736	24.419	166,8	7.341	12.088	60,7
Poslovni rashodi	3.226.450	3.072.624	105,0	1.133.371	1.089.741	104,0
Nabavna vrijednost prodane robe	803.814	836.671	96,1	311.180	332.652	93,5
Promjena vrijednosti zaliha	(32.663)	(20.382)	160,3	2.155	12.947	16,6
Proizvodni materijal i energija	1.392.764	1.190.113	117,0	472.372	412.048	114,6
Usluge	232.602	226.261	102,8	86.461	77.769	111,2
Troškovi osoblja	471.281	479.848	98,2	150.474	159.706	94,2
Troškovi marketinga i prodaje	234.988	235.708	99,7	76.431	67.043	114,0
Ostali troškovi	133.185	143.943	92,5	41.487	49.066	84,6
Ostali dobici - neto	(9.521)	(19.538)	48,7	(7.189)	(21.490)	33,5
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	445.954	401.974	110,9	163.117	175.399	93,0
Amortizacija dugotrajne materijalne imovine	101.192	105.035	96,3	34.804	35.111	99,1
Amortizacija dugotrajne nematerijalne imovine	12.197	16.723	72,9	3.998	5.859	68,2
Dobit iz poslovanja	332.565	280.216	118,7	124.315	134.429	92,5
Rashodi od financiranja - neto	(222.717)	(179.330)	124,2	(45.893)	(74.093)	61,9
Dobit prije poreza	109.848	100.886	108,9	78.422	60.336	130,0
Porez na dobit	27.023	28.815	93,8	10.011	20.869	48,0
Neto dobit	82.825	72.071	114,9	68.411	39.467	173,3
Pripada:						
Manjinskim udjelima	11.647	7.148	162,9	3.880	2.626	147,8
Dioničarima Društva	71.178	64.923	109,6	64.531	36.841	175,2
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja						
- osnovna	21,35	19,47		19,36	11,05	
- razrijeđena	21,35	19,47		19,36	11,05	

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

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ruj. 2012	Sij.-Ruj 2011 (Prepravljeno)	Indeks	Srp.-Ruj. 2012	Srp.-Ruj. 2011 (Prepravljeno)	Indeks
Neto dobit	82.825	72.071	114,9	68.411	39.467	173,3
Zaštita novčanog toka	(12.760)	(47.621)	26,8	(8.983)	(36.913)	24,3
Tečajne razlike	(109.559)	75.139	n/p	(7.451)	41.325	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit	(39.494)	99.589	n/p	51.977	43.879	118,5
Pripada:						
Manjinskim udjelima	3.505	9.424	37,2	(186)	3.615	n/p
Dioničarima Društva	<u>(42.999)</u>	<u>90.165</u>	n/p	<u>52.163</u>	<u>40.264</u>	129,6
Ukupno sveobuhvatna dobit	(39.494)	99.589	n/p	51.977	43.879	118,5

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

u tisućama kuna, nerevidirano	30. rujna 2012.	31. prosinca 2011.
Nekretnine, postrojenja i oprema	1.095.972	1.189.502
Ulaganje u nekretnine	1.698	1.934
Nematerijalna imovina	1.852.559	1.956.194
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	1.275	1.358
Derivativni financijski instrumenti	-	8.617
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	15.030	21.514
Odgodena porezna imovina	46.264	56.412
Dugotrajna imovina	3.012.798	3.235.531
Zalihe	640.291	533.680
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.089.086	1.119.851
Imovina namijenjena prodaji	141.545	139.127
Potraživanja za porez na dobit	26.482	24.877
Dani depoziti	412	36.334
Derivativni financijski instrumenti	-	18.249
Novac i novčani ekvivalenti	273.954	247.596
Kratkotrajna imovina	2.171.770	2.119.714
Ukupna imovina	5.184.568	5.355.245
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima glavnice Atlantic Grupe d.d.	1.391.980	1.444.404
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima manjinskog interesa	64.209	67.920
Obveze po primljenim kreditima	2.167.260	2.346.725
Odgodena porezna obveza	181.889	193.064
Derivativni financijski instrumenti	58.330	62.393
Ostale dugoročne obveze	36.319	36.357
Rezerviranja	52.145	54.540
Dugoročne obveze	2.495.943	2.693.079
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	768.407	719.606
Obveze po primljenim kreditima	433.372	375.035
Tekuća obveza poreza na dobit	12.609	12.553
Derivativni financijski instrumenti	11.784	20.673
Rezerviranja	6.264	21.975
Kratkoročne obveze	1.232.436	1.149.842
Ukupne obveze	3.728.379	3.842.921
Ukupno vlasnička glavnica i obveze	5.184.568	5.355.245

ATLANTIC GRUPA d.d.
KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Od dioničara Društva			Ukupno	Manjinski udjeli	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit			
Stanje 1. siječnja 2011	1.016.282	(3.190)	379.532	1.392.624	63.632	1.456.256
Sveobuhvatna dobit:						
Dobitak razdoblja	-	-	64.923	64.923	7.148	72.071
Zaštita novčanog toka	-	(47.621)	-	(47.621)	-	(47.621)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	72.863	-	72.863	2.276	75.139
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	25.242	64.923	90.165	9.424	99.589
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	(2.614)	(2.614)	(26)	(2.640)
Otkup vlastitih dionica	(2.532)	-	-	(2.532)	-	(2.532)
Isplata s temelja dionica	(119)	-	-	(119)	-	(119)
Dividenda za 2010. godinu	-	-	-	-	(1.049)	(1.049)
Stanje 30. rujna 2011	1.013.631	22.052	441.841	1.477.524	71.981	1.549.505
Stanje 1. siječnja 2012	1.015.904	3.203	425.297	1.444.404	67.920	1.512.324
Sveobuhvatna dobit:						
Dobitak razdoblja	-	-	71.178	71.178	11.647	82.825
Zaštita novčanog toka	-	(12.760)	-	(12.760)	-	(12.760)
Ostala sveobuhvatna dobit	-	(101.417)	-	(101.417)	(8.142)	(109.559)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(114.177)	71.178	(42.999)	3.505	(39.494)
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	(9.981)	(9.981)	(6.337)	(16.318)
Otkup vlastitih dionica	(5.319)	-	-	(5.319)	-	(5.319)
Isplata s temelja dionica	5.404	-	471	5.875	-	5.875
Transfer	-	281	(281)	-	-	-
Dividenda za 2011. godinu	-	-	-	-	(879)	(879)
Stanje 30. rujna 2012	1.015.989	(110.693)	486.684	1.391.980	64.209	1.456.189

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Rujan 2012.	Siječanj - Rujan 2011. (Prepravljeno)
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	82.825	72.071
Porez na dobit	27.023	28.815
Amortizacija	113.389	121.758
Dobit od prodaje materijalne imovine	(3.021)	(11.674)
Vrijednosna usklađenja kratkotrajne imovine	24.357	29.566
Prihodi od kamata	(7.663)	(6.167)
Rashodi od kamata	173.588	163.620
Ostale nenovčane promjene	15.341	38.298
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(124.614)	(107.461)
Smanjenje kratkoročnih potraživanja	26.083	91
Povećanje/(smanjenje) kratkoročnih obveza	42.058	(7.404)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	(18.107)	(9.927)
Plaćene kamate	(139.334)	(125.222)
Plaćeni porez	(31.171)	(27.861)
Neto novac iz poslovnih aktivnosti	180.754	158.503
Novčani tok iz ulagačkih aktivnosti		
Nabava dugotrajne nematerijalne i materijalne imovine	(56.341)	(71.668)
Primici od prodaje materijalne imovine	6.929	12.478
Stjecanje podružnica	-	(5.808)
Stjecanje financijske imovine namijenjene prodaji	(15.000)	-
Primici od prodaje imovine namijenjene prodaji	15.035	46.962
Dani depoziti i krediti - neto	40.913	(2.882)
Primljene kamate	7.663	6.167
Neto novac korišten za ulagačke aktivnosti	(801)	(14.751)
Novčani tok iz financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(5.319)	(2.532)
(Otplate) / primici kredita - neto	(131.079)	(39.208)
Izdavanje obveznica	-	62.221
Isplata dividende manjinskim dioničarima	(879)	(1.049)
Stjecanje manjinskog interesa	(16.318)	(2.640)
Neto novac (korišten za) /iz financijskih aktivnosti	(153.595)	16.792
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata		
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	247.596	231.978
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	273.954	392.522

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 devetomjesečno razdoblje završeno 30. rujna 2012. odobrila je Uprava u Zagrebu 29. listopada 2012. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za devetomjesečno razdoblje završeno 30. rujna 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 brandova 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. Učinak promjene u odnosu na iznose objavljene za 2011. godinu je kako slijedi:

(u tisućama kuna)

Sij.-Ruj. 2011.

Smanjenje amortizacije dugotrajne materijalne imovine (1.588)

Smanjenje amortizacije dugotrajne nematerijalne imovine (30.038)

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 isključena 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.

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Prihod od prodaje <i>(u tisućama kuna)</i>	Sij. - Ruj. 2012	Sij. - Ruj. 2011
SPP Pića	526.807	518.658
SPP Kava	774.217	707.874
SPP Slatko i slano	414.910	395.610
SPP Delikatesni namazi	356.535	321.892
SPP Sportska i aktivna prehrana	535.590	498.773
SPP Zdravlje i njega	354.969	323.177
SDP Hrvatska	662.003	663.308
SDP Slovenija, Srbija, Makedonija	1.352.576	1.303.377
Ostali segmenti	275.335	247.592
Usklada	(1.621.274)	(1.530.082)
Ukupno	3.631.668	3.450.179

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.

	2012.	2011. (Prepravljeno)
Neto dobit dioničarima <i>(u tisućama kuna)</i>	71.178	64.923
Prosječno ponderirani broj dionica	3.333.993	3.333.910
Osnovna zarada po dionici <i>(u kunama)</i>	21,35	19,47

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 devetomjesečnog razdoblja završenog 30. rujna 2012. godine, Grupa je uložila 56.341 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme (2011.: 71.668 tisuća kuna).

BILJEŠKA 6 - ZALIHE

Tijekom devetomjesečnog razdoblja završenog 30. rujna 2012. godine Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 18.004 tisuće kuna (2011.: 13.728 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. rujna 2012. godine i 31. prosinca 2011. godine i stavke računa dobiti i gubitka za devetomjesečne periode završene 30. rujna su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>30. rujna 2012</u>	<u>31. prosinca 2011</u>
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	109.512	93.528
OBVEZE		
Primljeni krediti		
Dioničari	416.642	427.959
Obveze prema dobavljačima		
Dioničari	22	22
Ostale povezane stranke	892	2.003
PRIHODI	<u>Sij.-Ruj. 2012</u>	<u>Sij.-Ruj. 2011</u>
Prihodi od prodaje robe i usluga		
Ostale povezane stranke	336.355	290.114
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	450	1.102
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	10.940	5.268
Neto rashodi od financiranja		
Dioničari	30.523	33.515

BILJEŠKA 8 – STJECANJE MANJINSKOG INTERESA

Tijekom devetomjesečnog razdoblja završenog 30. rujna Grupa je stekla manjinski interes u podružnicama ZU Ljekarne Bamapharm i Atlantic Farmacia d.o.o. i postala jedini vlasnik ovih podružnica.

Nadalje, u listopadu 2012. godine Grupa je postala jedini vlasnik Soko Nada Štark a.d., Beograd, nakon prijenosa preostalog udjela od 5,86% u temeljnom kapitalu ove podružnice od manjinskih dioničara na većinskog vlasnika Grand Kafa d.o.o., Beograd. Za prijenos manjinskih udjela u temeljnom kapitalu Soko Nada Štark a.d., Beograd, manjinskim dioničarima je plaćena pravična otpremnina u ukupnom iznosu od EUR 2,3 milijuna.

Razlika između troška stjecanja i neto knjigovodstvene vrijednosti stečenog manjinskog udjela priznata je direktno u kapital.



Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 30. listopada 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. rujna 2012. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva. Izvješće posloводства za devetomjesečno razdoblje okončano 30. rujna 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