

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM KVARTALU 2018.
GODINE
(nerevidirano)

Zagreb, 26. travnja 2018. godine

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



ATLANTIC GRUPA

Komentirajući financijska ostvarenja u prvom tromjesečju 2018. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa odlično je započela još jednu poslovnu godinu. Nakon izvrsne 2017. godine, u kojoj su unatoč izazovima u okruženju ostvareni odlični poslovni rezultati, izvještaji iz prvog kvartala potvrđuju da smo i u 2018. godini na tragu ostvarenja očekivanja. Na svim značajnim tržištima ostvarili smo zavidan rast prihoda temeljen na rastu kako vlastitih tako i principalskih brendova, što svjedoči o nesmanjenom fokusu i na razvoj vlastitog asortimana i na razvoj distribucijskog poslovanja, čemu u prilog govore novi distribucijski ugovori s renomiranim internacionalnim kompanijama sklopljeni u prošloj godini.

Važno je istaknuti kako rast prihoda prati i rast profitabilnosti, što nam govori da se radi o zdravom i održivom rastu. Dodatno, daljnje smanjenje zaduženosti, značajno niži financijski troškovi i rast likvidnosti omogućuju nam da se usredotočimo na još ambicioznije planiranje budućeg rasta.“

KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE

PRVI KVARTAL U ZNAKU RASTA PRIHODA I PROFITABILNOSTI

- **PRIHODI** OD PRODAJE U IZNOSU OD 1.142,7 MILIJUNA KUNA
+ 3,0% u odnosu na prvi kvartal 2017. godine
- **DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA)** OD 121,3 MILIJUN KUNA
+ 11,3% u odnosu na prvi kvartal 2017. godine
- **DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA** OD 84,6 MILIJUNA KUNA (**EBIT**)
+ 20,4% u odnosu na prvi kvartal 2017. godine
- **NETO DOBIT NAKON MANJINSKIH INTERESA** OD 61,6 MILIJUN KUNA
+17,8% u odnosu na prvi kvartal 2017. godine

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG KVARTALA 2018. GODINE

Ključni pokazatelji	1.-3. 2018.	1.-3. 2017.	1.-3. 2018./ 1.-3. 2017.
Prihod od prodaje (u milijunima kuna)	1.142,7	1.109,6	3,0%
Ukupan prihod (u milijunima kuna)	1.154,3	1.116,8	3,4%
EBITDA marža	10,6%	9,8%	+80 bb
Neto dobit nakon MI (u milijunima kuna)	61,6	52,3	17,8%
Pokazatelj zaduženosti*	32,3%	34,5%	-218 bb

*Pokazatelj zaduženosti = Neto dug / (Ukupni kapital + Neto dug)

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2018. godinu.**

** 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 2017. godine, osim usvojenih novih standarda koji su na snazi za razdoblja koja počinju na dan 1. siječnja 2018. godine. Grupa prvi put primjenjuje MSFI 15 Prihodi od ugovora s kupcima koji zahtjeva prepravku usporednih podataka. MSFI 15 zamjenjuje MRS 11 Ugovori o izgradnji, MRS 18 Prihodi te povezana tumačenja te se primjenjuje na sve prihode koji proizlaze iz ugovora s kupcima, osim ako ti ugovori nisu u djelokrugu ostalih standarda. Novi standard uspostavlja model od 5 koraka za obračun prihoda od ugovora s kupcima. Prema MSFI 15, prihodi se priznaju u iznosu koji odražava naknadu koju subjekt očekuje da je ima pravo ostvariti u zamjenu za prijenos robe i usluga kupcu. Standard zahtjeva od subjekta primjenu prosudbe, uzimajući u obzir sve relevantne činjenice i okolnosti tijekom primjene svakog koraka modela na ugovore s kupcima. Standard također specificira računovodstvo inkrementalnih troškova do sklapanja ugovora te troškova koji su izravno povezani s ugovorom. Grupa je usvojila MSFI 15 koristeći metodu potpune retrospektive.

1. REORGANIZACIJA DISTRIBUTIVNIH AKTIVNOSTI ATLANTIC GRUPE

Kao što smo već najavili, od početka 2018. godine cjelokupno distribucijsko poslovanje reorganizirano je u jedno područje, čime se eliminira potreba za dvjema distribucijskim zonama. Tržišta unutar distribucijskog područja na kojima Atlantic Grupa pruža kompletnu uslugu distribucije čine SDP Hrvatska, SDP Srbija, SDP Slovenija, DP Makedonija i DP Austrija, dok su tržišta kojima dominantno upravljamo putem distribucijskih partnera grupirana u jedno distribucijsko područje, Globalno upravljanje mrežom distributera, koje je odgovorno za upravljanje mrežom distribucijskih partnera na globalnoj razini. Poslovno područje Dječja hrana kao dodatni program postalo je dio Strateškog poslovnog područja Zdravlje i njega.

Dodatno, sastavnice Strateške distributivne regije HoReCa pripojene su postojećim distribucijskim organizacijama na pojedinim tržištima u regiji te se od početka 2018. godine prihodi HoReCa kanala izvještavaju unutar korespondirajućih Strateških distributivnih područja.

2. NOVI DISTRIBUCIJSKI UGOVORI

Atlantic Grupa, je nastavljajući širiti distribucijski portfelj u skladu s očekivanjima i najavama, u 2017. godini sklopila dva vrijedna distribucijska ugovora s internacionalnim kompanijama. U prvom tromjesečju 2018. godine započeta je distribucija cjelokupnog portfelja Marsa na hrvatskom tržištu, dok je distribucija Red Bulla na srpskom tržištu započela u travnju ove godine.

3. POSTIGNUTA NAGODBA VJEROVNKA AGROKOR GRUPE

Početkom travnja potpisan je Načelni sporazum o svim ključnim strukturnim elementima nagodbe temeljem koje će se restrukturirati Agrokor Grupa i njezine obveze, a koji predstavlja okvirni temelj za konkretno utvrđivanje teksta nagodbe, na osnovi prijavljenih tražbina i njihovog pravnog statusa. Dogovoreni ključni elementi sporazuma obuhvaćaju korporativnu strukturu nove Agrokor Grupe, tretman i oblik namirenja tražbina vjerovnika nastalih prije otvaranja postupka izvanredne uprave, novi dug nove Agrokor Grupe i njezinu kapitalnu strukturu i poseban dogovor s dobavljačima o namirenju tzv. graničnog duga te provedbu nagodbe. Konačno postizanje nagodbe očekuje se početkom srpnja 2018. godine, kada će biti usuglašen konačni tekst. Za dobavljače je posebno važno da će se poslovanje buduće Grupe oslanjati na tzv. *arms length* načelo po pitanju odnosa među kompanijama unutar Grupe, što znači da su sve stranke u međusobnim odnosima ravnopravne i neovisne.

Dogovor o isplati tzv. graničnog duga postignut s dobavljačima određuje uvjete kao što su najviši ukupan iznos graničnog duga koji će biti isplaćen dobavljačima (80 milijuna eura), razdoblje isplate od četiri godine te iznos minimalno ostvarene EBITDA Konzuma kao uvjet isplate graničnog duga. Ako Konzum ostvari četverogodišnji planirani EBITDA koji je uključen u projekcije koje su menadžment Agrokor i njihovi savjetnici pripremili kao podlogu za postizanje nagodbe, Atlantic Grupa naplatit će sva preostala potraživanja od Konzuma iz razdoblja prije pokretanja postupka izvanredne uprave, a koji iznosi oko 70 milijuna kuna. Kako u ovom trenutku nije moguće sa sigurnošću ocijeniti ostvarivost zacrtanih planova, rezervirali smo iznos od 20 milijuna kuna za rizik neostvarivanja planova, od čega je 5 milijuna kuna iskazano u troškovima prvog tromjesečja 2018. godine.

4. UTJECAJ PRODAJE USLUŽNE PROIZVODNJE ZA TREĆE

U svrhu daljnjeg restrukturiranja i pojednostavljivanja poslovanja segmenta sportske i aktivne prehrane te fokusa na vlastite brendove i širenje distribucije principalskih brendova, Atlantic Grupa krajem listopada 2017. godine prodala je tvornice u Njemačkoj (Bleckede) i Hrvatskoj (Nova Gradiška) i s njima povezanu uslužnu proizvodnju za treće strane (private label) belgijskoj tvrtki Aminolabs Group. Prihodi ostvareni od uslužne proizvodnje za treće u segmentu sportske i aktivne prehrane u 2017. godini iznosili su oko 194 milijuna kuna, od čega se na prvo tromjesečje 2017. godine odnosi oko 44 milijuna kuna. Ukoliko bismo isključili utjecaj prihoda od navedene transakcije, organski rast prihoda u prvom tromjesečju 2018. godine iznosio bi 7,2%.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE

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

(u milijunima kuna)	1.-3. 2018.	1.-3. 2017.	1.-3. 2018./ 1.-3. 2017.
SPP Kava	243,1	212,0	14,7%
SPP Slatko i slano	162,8	147,8	10,1%
SPP Pića	143,8	131,6	9,3%
SPP Zdravlje i njega	165,9	170,3	(2,6%)
SPP Delikatesni namazi	132,6	114,4	15,9%
SPP Sportska i aktivna prehrana	35,6	101,7	(65,0%)
*Od toga uslužna proizvodnja za treće	0,3	44,4	(99,3%)
SDP Srbija	267,4	243,9	9,6%
SDP Hrvatska	243,1	215,2	13,0%
SDP Slovenija	208,6	180,9	15,3%
Globalno upravljanje mrežom distributera	86,6	88,3	(1,9%)
Ostali segmenti*	73,0	66,8	9,2%
Usklada**	(619,8)	(563,2)	n/p
Prihod od prodaje	1.142,7	1.109,6	3,0%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2018. godinu.

Atlantic Grupa je u prvom tromjesečju 2018. godine ostvarila 1,1 milijardi kuna prihoda od prodaje što predstavlja rast od 3,0% u odnosu na prvo tromjesečje 2017. godine. Rast prihoda dolazi nastavno na izvrsne prodajne rezultate većine poslovnih i distribucijskih područja, a unatoč značajnom padu prihoda prodaje u Strateškom poslovnom području Sportska i aktivna prehrana. Ukoliko bismo isključili utjecaj prihoda od prodaje privatnih robnih marki u navedenom strateškom području, a čija je proizvodnja dezinvestirana na kraju listopada 2017. godine, organski rast prihoda iznosio bi 7,2%.

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

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

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE



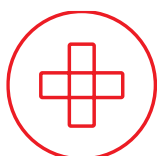
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA izvrsne rezultate zabilježilo je na krilima rasta prihoda od prodaje ostvarenih na srpskom, slovenskom i hrvatskom tržištu, kao i rastu prihoda na svim značajnijim tržištima van regije. Mjereno prema kategorijama, dvoznamenkasti rast ostvarile su i turska i espresso kava, a instant turska kava Black'n'Easy ostvarila je rast od čak 53%. U segmentu turske kave rast su zabilježila sva tri brenda kave: Barcaffe, Grand i Bonito. Osim u maloprodaji, Barcaffe s espresso kavom i dalje bilježi dvoznamenkasti rast u regionalnom HoReCa kanalu.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO dvoznamenkasti je rast ostvarilo na svom najvećem tržištu - Srbiji te na tržištima Crne Gore, Hrvatske, Kosova i Slovenije. Rast prihoda ostvaren je i u slatkom i u slanom segmentu, pri čemu su najbolje rezultate ostvarili Smoki, Štark napolitanke i keksići te Bananica.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA zabilježilo je značajan rast prihoda u gotovo svim kategorijama pri čemu prednjače funkcionalno piće pod brendom Donat Mg na hrvatskom i slovenskom tržištu te vitaminsko instant piće pod brendom Cedevita. Izvrsne rezultate ostvarila je i Cockta u HoReCa kanalu, prvenstveno zahvaljujući novom vizualnom identitetu, kao i vode pod brendovima Kala i Kalnička.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA zabilježilo je pad prihoda prvenstveno na ruskom tržištu, kao posljedica pada prihoda od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi, koja je podsjetimo, od početka 2018. godine dio ovog strateškog poslovnog područja. Navedeni pad prihoda djelomično je kompenziran značajnim rastom prihoda ljekarničkog lanca Farmacia.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI dvoznamenkasti rast prihoda ostvaruje na krilima izvrsnih poslovnih rezultata zabilježenih na svim regionalnim tržištima (Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Srbija, Slovenija, Makedonija i Kosovo) te zahvaljujući rastu prodaje u Njemačkoj i Sjedinjenim Američkim Državama. Valja napomenuti kako je zahvaljujući suradnji s lokalnim partnerom na tržištu SAD-a već u prvom tromjesečju 2018. godine ostvaren prihod na razini cijele 2017. godine. Kod delikatesnih namaza pod brendom Argeta rast je ostvaren u segmentu mesnih i ribljih namaza, a obećavajuće rezultate pokazuju i povrtni namazi. Blagi rast su zabilježili i Montana sendviči.



Pad prihoda STRATEŠKOG POSLOVNOG PODRUČJA SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA u većoj mjeri je uzrokovan prodajom uslužne proizvodnje za treće belgijskoj kompaniji Aminolabs, ali i nižom prodajom vlastitih brendova, pretežno Multipowera te djelomično promjenom načina distribucije. Najveći pad zabilježen je na njemačkom tržištu koje čini gotovo 70% ukupnih prihoda ovog poslovnog područja te na tržištima Švedske i Švicarske.



Rast STRATEŠKOG DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SRBIJA temelji se na rastu prihoda gotovo svih segmenata, pri čemu prednjače turska kava pod brendovima Grand kafa i Bonito, instant turska kava Black'n'Easy, Smoki, Bananica te keksi i napolitanke iz segmenta slatko i slano, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, Bakina Tajna iz gourmet segmenta te Cedevita i Donat Mg iz segmenta pića. Od početka 2018. godine, u rezultate poslovnog područja su osim maloprodaje, uključeni i prihodi iz HoReCa kanala, a koji su ostvarili rast od 10%, zahvaljujući rastu prihoda od espresso kave pod brandom Barcaffe, vitaminskog instant pića pod brendom Cedevita te turske kave i asortimana iz segmenta slatko i slano. SDP Srbija je ostvarilo rekordne prihode od prodaje u ovom kvartalu, u usporedbi s istim razdobljem u prethodnim godinama, čak i nakon isključivanja utjecaja prihoda ostvarenih u HoReCa kanalu.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA dvoznamenkasti rast prodaje ostvarilo je na krilima rasta kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Vlastiti brendovi su ostvarili rast u svim

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE



kategorijama proizvoda, a prednjače Cedevisa iz segmenta vitaminskih instant napitaka, Kala i Kalnička u segmentu voda, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, Barcaffa iz segmenta kave, funkcionalno piće Donat Mg te Montana sendviči. Kod principalskih brendova najveći rast ostvarili su Ferrero, Philips, Unilever, Johnson&Johnson te novi principal Mars. Dvoznamenkasti rast prihoda ostvarili su i HoReCa kanal i Bionatura Bidon vode. Dodatan pozitivan utjecaj imala je normalizacija poslovanja s maloprodajnim lancem u vlasništvu Agrokora, kod kojeg smo u Hrvatskoj zabilježili rast prihoda od gotovo 60%. Vrijedi napomenuti da je i SDP Hrvatska i nakon što isključimo utjecaj prihoda HoReCa kanala, ostvarila rekordne prihode od prodaje, ako uspoređujemo s prvim tromjesečjem prethodnih godina.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA ostvarilo je rekordni prvi kvartal, u usporedbi s prvim kvartalom prethodnih godina, na krilima dvoznamenkastog rasta prihoda od prodaje, koji prvenstveno zahvaljuje odličnim rezultatima vlastitih brendova, pri čemu su najveći rast ostvarili kava pod brendom Barcaffa, funkcionalna pića pod brendom Donat Mg, delikatesni namazi pod brendom Argeta te vitaminski instant napitak pod brendom Cedevisa. Među principalskim brendovima po rastu prihoda prednjače Ferrero, Unilever i Rauch. Navedeni rast prodaje djelomično je uzrokovan normalizacijom poslovanja s maloprodajnim lancem Mercator, zahvaljujući čemu su se prihodi od prodaje ostvareni preko navedenog lanca utrostručili. HoReCa segment pri tome i dalje ostvaruje dvoznamenkaste stope rasta.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA zabilježilo je pad prodaje prvenstveno na ruskom i ukrajinskom tržištu uzrokovanog padom prihoda od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi. Navedeni pad prihoda djelomično je nadoknađen rastom prihoda na tržištima Sjedinjenih Američkih Država, Njemačke, Kosova i Nizozemske.

OSTALI SEGMENTI rast prihoda bilježe nastavno na rast prihoda sva tri segmenta (DP Makedonija, DP Austrija i PP Gourmet).

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA ostvarilo je rast prihoda zahvaljujući rastu vlastitih i principalskih brendova, pri čemu se od vlastitih ističu Grand u segmentu turske kave i Argeta u segmentu delikatesnih namaza, dok od principalskih najveći rast i dalje ostvaruje Ferrero. HoReCa kanal je ostvario pad prihoda, unatoč dvoznamenkastom rastu prihoda od prodaje Barcaffa espresso kave.

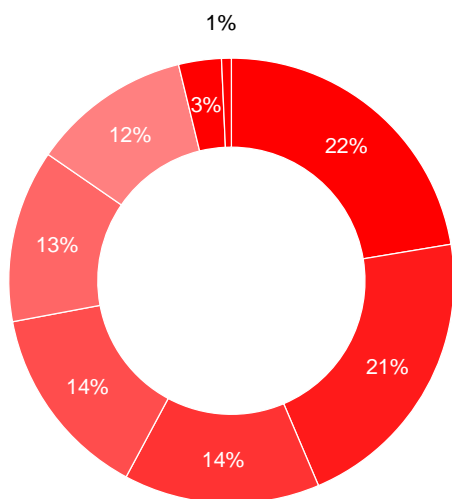
DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA zabilježilo je solidan rast prihoda, rastom prihoda od prodaje iz svih segmenata osim sportske i aktivne prehrane, pri čemu su najveći rast zabilježili delikatesni namazi pod brendom Argeta (koji su i dalje vodeći brend delikatesnih namaza na tržištu Austrije), funkcionalna pića pod brendom Donat Mg, te Cockta i Cedevisa iz segmenta pića.

POSLOVNO PODRUČJE GOURMET zabilježilo je rast prihoda na svim većim tržištima, a rast su predvodili tržište Srbije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Francuske i Švedske. Gledano prema brendovima, rast su iskazali i Bakina Tajna i Amfissa, a najveći rast je ostvarila kategorija ajvara.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE

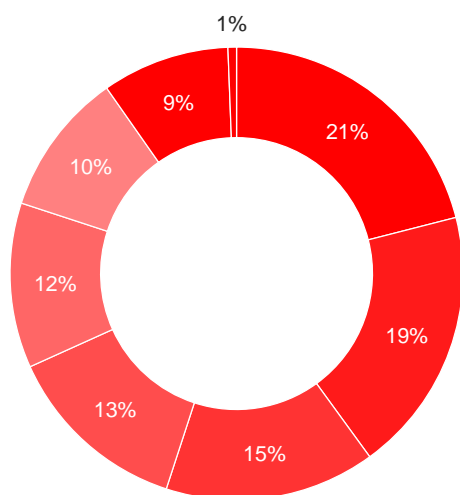
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

1.-3. 2018.



- Principalski brendovi 22,4%
- Kava 21,2%
- Zdravlje i njega 14,2%
- Slatko i slano 14,2%
- Pića 12,6%
- Delikatesni namazi 11,6%
- Sportska i aktivna prehrana 3,1%
- Gourmet 0,7%

1.-3. 2017.



- Principalski brendovi 21,0%
- Kava 19,0%
- Zdravlje i njega 15,0%
- Slatko i slano 13,2%
- Pića 11,8%
- Delikatesni namazi 10,3%
- Sportska i aktivna prehrana 9,1%
- Gourmet 0,6%

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	1.-3. 2018.	% prihoda od prodaje	1.-3. 2017.	% prihoda od prodaje	1.-3. 2018./ 1.-3. 2017.
Hrvatska	357,5	31,3%	320,8	28,9%	11,5%
Srbija	272,5	23,9%	249,0	22,4%	9,4%
Slovenija	208,8	18,3%	181,1	16,3%	15,3%
Bosna i Hercegovina	94,2	8,2%	89,4	8,1%	5,4%
Ostala tržišta regije*	72,5	6,3%	63,2	5,7%	14,8%
Ključna europska tržišta**	76,0	6,6%	129,6	11,7%	(41,4%)
Rusija i ZND	41,8	3,7%	51,3	4,6%	(18,7%)
Ostala tržišta	19,4	1,7%	25,2	2,3%	(23,1%)
Prihod od prodaje	1.142,7	100,00%	1.109,6	100,0%	3,0%

*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

**Ključna europska tržišta: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija, Švicarska, Austrija, Švedska, Španjolska
Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2018. godinu.

TRŽIŠTE HRVATSKE ostvarilo je rast prodaje od čak 11,5% zahvaljujući rastu prodaje prihoda od: (i) vlastitih brendova pri čemu su rast ostvarili svi brendovi iz segmenta pića (Donat Mg, Cedevita, Kala, Cockta), Argeta u segmentu delikatesnih namaza, Barcaffa u segmentu turske i espresso kave, kao i Black'n'Easy instant turska kava, (ii) vanjskih principala od kojih su najveći rast iskazali Ferrero, Philips, Unilever, Johnson&Johnson te novi principal Mars, kao i Nescafe u HoReCa kanalu te (iii) ljekarnički lanac Farmacia. Rast prihoda djelomično je uzrokovan i normalizacijom poslovanja s maloprodajnim lancem u vlasništvu Agrokora.

TRŽIŠTE SRBIJE zabilježilo je značajan rast prihoda nastavno na izvrsne prodajne rezultate vlastitih brendova, koji su ostvareni zahvaljujući rastu prihoda (i) turske kave pod brendovima Grand kafa i Bonito te instant turske kave pod brendom Black'n'Easy, (ii) Smokija, Bananice te keksa i napolitanki u segmentu slatko i slano, (iii) Argete u segmentu delikatesnih namaza, (iv) Bakine Tajne u gourmet segmentu te (v) Cedevite i Donat Mg-a u segmentu pića. Od principalskih brendova najveći su rast ostvarili Rauch, Alkaloid i Del Castello.

Rast prihoda od čak 15,3% na TRŽIŠTU SLOVENIJE ostvaren je nastavno na: (i) rast prihoda kave pod brendom Barcaffa, (ii) rast prihoda Donat Mg-a i Cedevite u kategoriji pića te (iii) rast prihoda Argete u kategoriji delikatesnih namaza, kao i (iv) principalskih brendova Ferrero, Unilever i Rauch, djelomično kao rezultat normalizacije poslovanja s maloprodajnim lancem u vlasništvu Agrokora.

Na TRŽIŠTU BOSNE I HERCEGOVINE rast prihoda od 5,4% ostvaren je zahvaljujući rastu prodaje: (i) delikatesnih namaza pod brendom Argeta, (ii) vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita i funkcionalnih pića pod brendom Donat Mg, (iii) napolitanki i Bananice iz Štarkovog asortimana te (iv) ajvara pod brendom Bakina tajna.

Rast prihoda od čak 14,8% na OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE ostvaren je zahvaljujući rastu prihoda na sva tri tržišta (Makedonija, Crna Gora i Kosovo).

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE

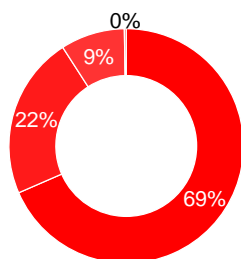
Do značajnog pada prodaje na KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA dolazi uslijed pada prodaje na svim tržištima, uzrokovanog prvenstveno padom prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane. Ukoliko isključimo utjecaj pada u segmentu sportske i aktivne prehrane, prodaja je rasla 9,2%.

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

OSTALA TRŽIŠTA bilježe osjetan pad prihoda uslijed pada prodaje u segmentu sportske i aktivne prehrane. Ukoliko isključimo utjecaj pada u segmentu sportske i aktivne prehrane, prodaja je rasla 17,0%.

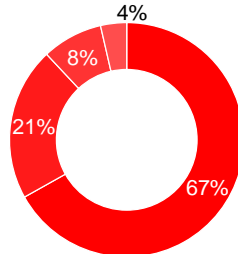
PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

1.-3. 2018.



- Vlastiti brendovi 68,5%
- Eksterni brendovi 22,4%
- Farmacia 8,8%
- Privatne robne marke 0,3%

1.-3. 2017.



- Vlastiti brendovi 66,9%
- Eksterni brendovi 21,1%
- Farmacia 8,4%
- Privatne robne marke 3,6%

VLASTITI BRENDOVI su u prvom tromjesečju 2018. godine ostvarili rast prihoda od 5,4% u odnosu na isto razdoblje prošle godine te su prihodi iznosili 782,4 milijuna kuna. Rast su iskazali gotovo svi segmenti poslovanja, a rastu su najviše doprinijeli: (i) Barcaffé, Grand i Bonito u segmentu kave, (ii) Argeta u segmentu delicatesnih namaza, (iii) Donat Mg i Cedevita u segmentu pića te (iv) Smoki, Bananica, Najlepše želje, keksi i napolitanke iz segmenta slatko i slano.

PRINCIPALSKI BRENDOVI su s 256,3 milijuna kuna ostvarili rast prihoda od prodaje od 9,2%. Rast je u najvećoj mjeri ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrera, Raucha, Unilevera, Philipsa te prodajom proizvoda iz portfelja novog principala Mars.

Ljekarnički lanac FARMACIA ostvario je prihode u visini od 101,1 milijuna kuna što predstavlja rast od 8,7% u odnosu na prvo tromjesečje 2017. godine, zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija te novootvorenim specijaliziranim prodavaonicama. U 2018. godini je otvorena jedna nova prodajna lokacija te sada Farmacia broji 85 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

PRIVATNE ROBNE MARKE s 2,9 milijuna kuna prihoda od prodaje zabilježile su pad od 92,7%, nastavno na dezinvestiranje uslužne proizvodnje u segmentu sportske i aktivne prehrane, koja je realizirano krajem listopada 2017. godine, a koja je činila najveći dio ukupne proizvodnje privatnih robnih marki.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	1.-3. 2018.	1.-3. 2017.	1.-3. 2018./ 1.-3. 2017.
Prihod od prodaje	1.142,7	1.109,6	3,0%
EBITDA	121,27	108,9	11,3%
EBIT	84,6	70,3	20,4%
Neto dobit prije manjinskih interesa	61,7	52,4	17,7%
<i>Profitne marže</i>			
EBITDA marža	10,6%	9,8%	+80 bb
EBIT marža	7,4%	6,3%	+107 bb
Neto profitna marža	5,4%	4,7%	+68 bb

Atlantic Grupa je u prvom tromjesečju 2018. godine ostvarila **EBITDA** u iznosu od 121,3 milijuna kuna, što predstavlja rast od 11% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Na rast EBITDA najveći utjecaj je imao rast prodaje u gotovo svim poslovnim područjima, niži troškovi proizvodnih materijala, unatoč rastu troškova osoblja i marketinga. Dodatan pozitivan utjecaj došao je od jačanja srpskog dinara.

Nastavno na prodaju dvaju tvornica u segmentu sportske i aktivne prehrane, amortizacija je niža za 5,1%, što je imalo dodatni pozitivan utjecaj na EBIT, koji je rastao 20,4%. Unatoč nižim financijskim troškovima, neto dobit prije manjinskih interesa rasla je nešto sporije, odnosno 17,7%, što je uzrokovano nižim pozitivnim tečajnim razlikama.

FINANCIJSKI POKAZATELJI U PRVOM KVARTALU 2018. GODINE

FINANCIJSKI POKAZATELJI

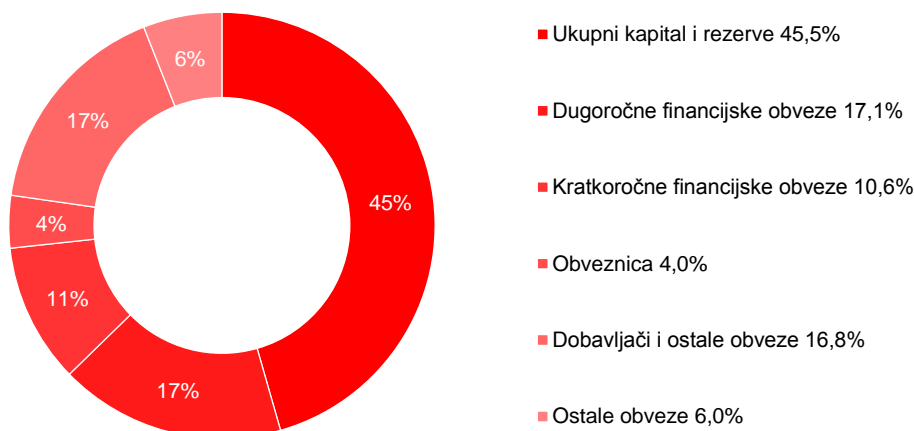
(u milijunima kuna)	31.3.2018.	31.12.2017.
Neto dug	1.092,2	1.185,4
Ukupna imovina	5.018,8	5.126,4
Ukupno kapital i rezerve	2.286,7	2.249,8
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,49	1,47
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	32,3%	34,5%
Neto dug/EBITDA	2,06	2,29
	1.-3. 2018.	1.-3. 2017.
Pokriće troška kamata	8,36	6,14
Kapitalna ulaganja	21,7	15,2
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	146,9	57,2

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2018. godinu.

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom tromjesečju 2018. godine važno je istaknuti sljedeće:

Zahvaljujući smanjenju neto duga od 93,2 milijuna kuna u odnosu na kraj 2017. godine, odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug niži je za 218 baznih bodova. Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA spustila se s 2,29 na kraju 2017. godine na 2,06 na kraju prvog tromjesečja 2018. godine. Istovremeno je pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA u usporednom razdoblju naraslo s 6,14 na 8,36, a novčani tok iz poslovnih aktivnosti narastao je s 57,2 na 146,9 milijuna kuna.

STRUKTURA PASIVE BILANCE ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. OŽUJKA 2018. GODINE



PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

Do rasta novčanog toka iz poslovnih aktivnosti u prvom tromjesečju 2018. godine u odnosu isto razdoblje prošle godine došlo je zbog poboljšane profitabilnosti i boljeg upravljanja radnim kapitalom.

Kapitalna ulaganja u prvom tromjesečju 2018. godine prvenstveno se odnose na ulaganja u proizvodnu opremu poslovnih područja u cilju povećanja efikasnosti proizvodnih procesa, razvoj novih proizvoda te razvoj IT infrastrukture, poslovnih sistema i aplikacija.

Od značajnih investicija ističu se:

- SPP Pića: ulaganje u redizajn Cockte;
- SPP SLATKO I SLANO: ulaganje u povećanje efikasnosti proizvodnje;
- SPP KAVA: nabava espresso aparata, ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje;
- IT: ulaganje u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjenu opreme.

OČEKIVANJA ZA 2018. GODINU

Očekivanja menadžmenta za 2018. godinu zadržana su od najave 28. veljače 2018. godine kako slijedi:

(u milijunima kuna)	2018. plan	2017.	2018./2017.
Prodaja	5.400	5.307	1,8%
EBITDA	550	517	6,3%
EBIT	375	342	9,8%
Trošak kamata	45	58	(23,1%)

Ukoliko isključimo utjecaj prihoda ostvarenih na temelju uslužne proizvodnje (private label) u segmentu sportske i aktivne prehrane koji su u 2017. godini iznosili oko 194 milijuna kuna, očekivani rast prihoda u 2018. godini u odnosu na 2017. iznositi će 5,6%. Ukoliko isključimo operativnu dobit ostvarenu na temelju navedene uslužne proizvodnje, rast EBITDA-e iznositi će 9,6% dok će rast EBIT-a iznositi 13,3%.

U 2018. godini očekujemo kapitalne investicije u iznosu od oko 160 milijuna kuna.

Očekivana efektivna porezna stopa u 2018. godini ostat će na nivou prošlogodišnje.

KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI
ZA PRVI KVARTAL 2018. GODINE



ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
TROMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. OŽUJKA 2018.
(NEREVIDIRANO)**

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ožu. 2018.	Sij.-Ožu. 2017. (Prepravljeno)	Indeks
Ukupan prihod	1.154.277	1.116.837	103,4
Prihodi od ugovora s kupcima	1.142.736	1.109.622	103,0
Ostali prihodi	11.541	7.215	160,0
Poslovni rashodi	(1.033.006)	(1.007.909)	102,5
Nabavna vrijednost prodane robe	(307.720)	(259.139)	118,7
Promjena vrijednosti zaliha	3.748	12.368	30,3
Proizvodni materijal i energija	(330.102)	(391.376)	84,3
Usluge	(92.008)	(93.091)	98,8
Troškovi osoblja	(198.120)	(185.676)	106,7
Troškovi marketinga i prodaje	(61.059)	(58.925)	103,6
Ostali troškovi	(46.982)	(40.360)	116,4
Ostali dobiti - neto	(763)	8.290	n/p
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	121.271	108.928	111,3
Amortizacija i umanjenje vrijednosti dugotrajne imovine	(36.699)	(38.672)	94,9
Dobit iz poslovanja	84.572	70.256	120,4
Rashodi od financiranja - neto	(8.173)	(3.891)	210,0
Dobit prije poreza	76.399	66.365	115,1
Porez na dobit	(14.742)	(13.996)	105,3
Neto dobit	61.657	52.369	117,7
Pripada:			
Manjinskim udjelima	100	104	96,2
Dioničarima Društva	61.557	52.265	117,8
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja			
- osnovna	18,47	15,68	
- razrijeđena	18,47	15,68	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Ožu. 2018	Sij.-Ožu. 2017	Indeks
Neto dobit	61.657	52.369	117,7
Zaštita novčanog toka	288	(6.740)	n/p
Tečajne razlike	(23.129)	(39.333)	58,8
Ukupno sveobuhvatna dobit	38.816	6.296	616,5
Pripada:			
Manjinskim udjelima	59	46	128,3
Dioničarima Društva	<u>38.757</u>	<u>6.250</u>	<u>620,1</u>
Ukupno sveobuhvatna dobit	<u>38.816</u>	<u>6.296</u>	<u>616,5</u>

KONSOLIDIRANA BILANCA

u tisućama kuna, nerevidirano	31. ožujak 2018.	31. prosinca 2017.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	981.886	999.866
Ulaganje u nekretnine	1.186	1.209
Nematerijalna imovina	1.731.291	1.750.216
Odgođena porezna imovina	33.910	32.165
Financijska imovina	938	948
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	94.343	95.239
	2.843.554	2.879.643
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	580.394	547.278
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.079.279	1.191.042
Potraživanja za porez na dobit	9.803	5.029
Novac i novčani ekvivalenti	499.446	497.079
	2.168.922	2.240.428
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	6.326	6.336
Ukupno kratkotrajna imovina	2.175.248	2.246.764
UKUPNO IMOVINA	5.018.802	5.126.407
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisane dioničarima Društva		
Dionički kapital	133.372	133.372
Kapitalna dobit	881.089	881.089
Vlastite dionice	(3.450)	(1.514)
Pričuve	(75.228)	(52.428)
Zadržana dobit	1.347.225	1.285.668
	2.283.008	2.246.187
Manjinski interesi	3.722	3.663
Ukupno kapital	2.286.730	2.249.850
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	1.059.551	1.135.191
Odgođena porezna obveza	160.528	162.652
Ostale dugoročne obveze	2.923	3.017
Rezerviranja	49.907	50.456
	1.272.909	1.351.316
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	840.975	903.144
Obveze po primljenim kreditima	531.718	546.060
Derivativni financijski instrumenti	352	1.226
Tekuća obveza poreza na dobit	28.232	21.341
Rezerviranja	57.886	53.470
	1.459.163	1.525.241
Ukupne obveze	2.732.072	2.876.557
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	5.018.802	5.126.407

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 2017.	1.014.773	(80.964)	1.079.698	2.013.507	2.981	2.016.488
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	52.265	52.265	104	52.369
Zaštita novčanog toka	-	(6.740)	-	(6.740)	-	(6.740)
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(39.275)	-	(39.275)	(58)	(39.333)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(46.015)	52.265	6.250	46	6.296
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(4.119)	-	-	(4.119)	-	(4.119)
Transfer	-	(63.386)	63.386	-	-	-
Stanje 31. ožujka 2017.	1.010.654	(190.365)	1.195.349	2.015.638	3.027	2.018.665
Stanje 1. siječnja 2018.	1.012.947	(52.428)	1.285.668	2.246.187	3.663	2.249.850
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit	-	-	61.557	61.557	100	61.657
Zaštita novčanog toka	-	288	-	288	-	288
Ostali sveobuhvatni dobitak	-	(23.088)	-	(23.088)	(41)	(23.129)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(22.800)	61.557	38.757	59	38.816
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(1.936)	-	-	(1.936)	-	(1.936)
Stanje 31. ožujka 2018.	1.011.011	(75.228)	1.347.225	2.283.008	3.722	2.286.730

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Ožujak 2018.	Siječanj - Ožujak 2017.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	61.657	52.369
Porez na dobit	14.742	13.996
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	36.699	38.672
Dobit od prodaje podružnice	(1.647)	-
Dobit od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	(172)	(504)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	11.453	5.224
Tečajne razlike - neto	(18.689)	(21.467)
Povećanje/ (smanjenje) rezerviranja za rizike i troškove	3.867	(5.352)
Gubici/ (dobici) od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	2.471	(7.562)
Prihodi od kamata	(545)	(982)
Rashodi od kamata	14.503	17.744
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(36.914)	(45.325)
Smanjenje kratkoročnih potraživanja	102.243	211.287
Smanjenje kratkoročnih obveza	(17.307)	(127.902)
Novac generiran poslovanjem	172.361	130.198
Plaćene kamate	(10.162)	(59.234)
Plaćeni porez	(15.266)	(13.721)
	146.933	57.243
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja, opreme i nematerijalne imovine	(66.667)	(38.947)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja, opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji	507	595
Primici od prodaje podružnica	1.647	-
Primici od prodaje poslovanja čajevo	-	18.750
Dani depoziti i krediti	(11)	(17.214)
Primici od danih kredita i depozita	1.899	1.006
Primljene kamate	545	982
	(62.080)	(34.828)
Novčani tok korišten za financijske aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(1.936)	(4.120)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	-	79.092
Otplata primljenih kredita	(80.550)	(74.826)
Stjecanje udjela u ovisnom društvu od manjinskog interesa	-	(499)
	(82.486)	(353)
Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata	2.367	22.062
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	497.079	490.730
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	499.446	512.792

BILJEŠKA 1 - OPĆI PODACI

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

Sažete konsolidirane izvještaje za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2018. odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 26. travnja 2018. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2018. 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 2017. 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 2017. godine, osim usvojenih novih standarda koji su na snazi za razdoblja koja počinju na dan 1. siječnja 2018. godine.

Grupa prvi put primjenjuje MSFI 15 *Prihodi od ugovora s kupcima* koji zahtjeva prepravku usporednih podataka. Karakteristike i rezultati promjena navedeni su u nastavku.

MSFI 9 *Financijski instrumenti* te nekoliko drugih nadopuna i tumačenja također se primjenjuju prvi put od 1. siječnja 2018. godine, ali njihov utjecaj na sažete konsolidirane financijske izvještaje nije značajan.

MSFI 15 zamjenjuje MRS 11 Ugovori o izgradnji, MRS 18 Prihodi i povezana tumačenja te se primjenjuje na sve prihode koji proizlaze iz ugovora s kupcima, osim ako ti ugovori nisu u djelokrugu ostalih standarda. Novi standard uspostavlja model od 5 koraka za obračun prihoda od ugovora s kupcima. Prema MSFI 15, prihodi se priznaju u iznosu koji odražava naknadu koju subjekt očekuje da ima pravo ostvariti u zamjenu za prijenos robe i usluga kupcu. Standard zahtjeva od subjekta primjenu prosudbe, uzimajući u obzir sve relevantne činjenice i okolnosti tijekom primjene svakog koraka modela na ugovore s kupcima. Standard također specificira računovodstvo inkrementalnih troškova do sklapanja ugovora te troškova koji su izravno povezani s ugovorom. Grupa je usvojila MSFI 15 koristeći metodu potpune retrospektive.

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

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)

Učinci primjene MSFI 15 su kako slijedi:

	<u>2017</u>
Prihodi od ugovora s kupcima	(11.565)
Nabavna vrijednost prodane robe	2.692
Troškovi marketinga i prodaje	<u>8.873</u>
Neto dobit	-

Učinci se odnose na varijabilnu naknadu koja se plaća kupcima za pozicije u hladnjacima i rashladnim vitrinama, dodatne pozicije na prodajnim mjestima i marketinške aktivnosti dogovorene s kupcima na ad-hoc osnovi (poput letaka). Budući da ove usluge nisu isključive i da Grupa ne ostvaruje nikakva prava niti ostvaruje koristi bez prodaje proizvoda, povezani troškovi su reklasificirani s troškova marketinga i prodaje na umanjenje prihoda od ugovora s kupcima. Nadalje, budući da su ovi troškovi djelomično nadoknađeni od strane principala, iznos nadoknađenih troškova je reklasificiran s umanjenja troškova marketinga i prodaje na umanjenje nabavne vrijednosti prodane robe.

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA

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



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

SPP – Strateško poslovno područje

PP – Poslovno područje

SDP – Strateško distribucijsko područje

DP – Distribucijsko područje

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

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

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

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

Prodaja individualnih poslovnih područja predstavlja ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz poslovnih područja, bilo kroz distribucijska područja). Prodaja distribucijskih područja obuhvaća prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Ovo duplo prikazivanje prodaje vlastitih proizvoda eliminira se u liniji "Usklada". U svrhu izračuna operativne dobiti segmenata, prodaja između operativnih segmenata vrši se pod uobičajenim komercijalnim uvjetima koji bi bili primjenjivi i na nepovezane treće stranke.

	Sij. - Ožu. 2018	Sij. - Ožu. 2017
Prihodi od ugovora s kupcima¹ <i>(u tisućama kuna)</i>		
SPP Kava	243.094	212.002
SPP Slatko i slano	162.767	147.775
SPP Pića	143.830	131.596
SPP Zdravlje i njega	165.923	170.281
SPP Delikatesni namazi	132.573	114.365
SPP Sportska i aktivna prehrana	35.598	101.744
SDP Srbija	267.416	243.905
SDP Hrvatska	243.129	215.188
SDP Slovenija	208.624	180.870
Globalno upravljanje mrežom distributera	86.601	88.263
Ostali segmenti	72.954	66.829
Usklada	(619.773)	(563.196)
Ukupno	1.142.736	1.109.622

¹ Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2018. godinu

BILJEŠKA 4 – ZARADA PO DIONICI

Osnovna zarada po dionici

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

	<u>2018.</u>	<u>2017.</u>
Neto dobit dioničarima (<i>u tisućama kuna</i>)	61.557	52.265
Prosječno ponderirani broj dionica	3.332.462	3.333.631
Osnovna zarada po dionici (<i>u kunama</i>)	18,47	15,68

Razrijeđena zarada po dionici

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

BILJEŠKA 5 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2018. godine, Grupa je uložila 21.711 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2017.: 15.231 tisuću kuna).

BILJEŠKA 6 – ZALIHE

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2018. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 3.799 tisuća kuna (2017.: 4.253 tisuće kuna) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

BILJEŠKA 7 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA

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

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	31. ožujka 2018	31. prosinca 2017
POTRAŽIVANJA		
Kratkoročna potraživanja		
Ostale povezane stranke	103.756	105.089
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima		
Dioničari	3.618	14.629
Ostale povezane stranke	749	2.246
	<u>4.367</u>	<u>16.875</u>
	<u>Sij.-Ožu. 2018</u>	<u>Sij.-Ožu. 2017</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje robe		
Ostale povezane stranke	114.645	105.490
Ostali prihodi		
Ostale povezane stranke	252	191
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane stranke	3.579	1.703
Ostali troškovi		
Ostale povezane stranke	641	502
Neto rashodi od financiranja		
Dioničari	3.618	3.724

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 26. travnja 2018. 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 2018. godine do 31. ožujka 2018. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva.

Izvešće posloводства za razdoblje okončano 31. ožujka 2018. godine sadrži istinit i vjeran prikaz razvoja i rezultata poslovanja Društva uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Društvo izloženo.

Predsjednik Uprave



Emil Tedeschi



Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
10 000 Zagreb
Hrvatska

Tel: +385 1 2413 145

E-mail: ir@atlanticgrupa.com

ATLANTIC GRUPA d.d.

dioničko društvo za unutarnju i vanjsku trgovinu
Miramarska 23, 10000 Zagreb, Hrvatska
tel: +385 (1) 24 13 900
fax: +385 (1) 24 13 901

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

Broj računa: 2484008-1101427897 Raiffeisenbank Austria d.d., Zagreb, Petrinjska 59

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 3.334.300 dionica, svaka nominalnog iznosa
40,00 kn

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

Uprava: Emil Tedeschi, M. Veber, N. Vranković, Z. Stanković
Predsjednik Nadzornog odbora: Z. Adrović

www.atlanticgrupa.com