

**GODIŠNJE  
IZVJEŠĆE**  
2017





PIĆA



KAVA



SLATKO I SLANO



ZDRAVLJE I NJEGA





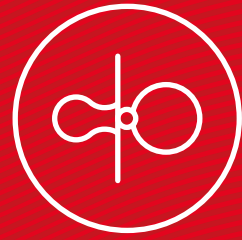
SPORTSKA I AKTIVNA  
PREHRANA



DELIKATESNI NAMAZI



GOURMET



DJEČJA HRANA





<b>5</b>	<b>SAŽETAK KLJUČNIH FINANCIJSKIH POKAZATELJA</b>
<b>7</b>	<b>PISMO PREDSEDNIKA UPRAVE DIONIČARIMA</b>
<b>8</b>	<b>KORPORATIVNI PROFIL ATLANTIC GRUPE</b>
8	O KOMPANIJI
9	POVIJESNI RAZVOJ
<b>13</b>	<b>ORGANIZACIJSKA STRUKTURA</b>
14	REORGANIZACIJA DISTRIBUCIJSKOG POSLOVANJA
<b>15</b>	<b>OSTVARENJE NA HRVATSKOM TRŽIŠTU KAPITALA U 2017. GODINI</b>
<b>18</b>	<b>KORPORATIVNO UPRAVLJANJE ATLANTIC GRUPE</b>
18	IZJAVA POTPREDSJEDNIKA UPRAVE ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI
21	ORGANIZACIJA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA U ATLANTIC GRUPI
<b>21</b>	<b>GLAVNA SKUPŠTINA</b>
21	NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE
<b>25</b>	<b>KOMISIJE NADZORNOG ODBORA</b>
26	UPRAVA ATLANTIC GRUPE
28	POLITIKA NAGRAĐIVANJA ČLANOVA UPRAVE
29	POSLOVNI ODBORI
29	INTERNA REVIZIJA U 2017. GODINI
<b>31</b>	<b>SPONZORSTVA I DONACIJE (DRUŠTVENO ODGOVORNO POSLOVANJE)</b>
<b>37</b>	<b>ODRŽIVI RAZVOJ I ZAŠTITA OKOLIŠA U 2017. GODINI</b>
<b>39</b>	<b>INTEGRIRANI SUSTAV UPRAVLJANJA PROCESIMA U 2017. GODINI</b>
<b>43</b>	<b>LJUDSKI RESURSI U 2017. GODINI</b>
<b>48</b>	<b>INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE U 2017. GODINI</b>
<b>50</b>	<b>OPERATIVNO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE</b>
51	IZJAVA STARIJEG POTPREDSJEDNIKA UPRAVE ZA OPERATIVNO POSLOVANJE
<b>53</b>	<b>STRATEŠKA POSLOVNA PODRUČJA I POSLOVNA PODRUČJA</b>
53	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA
57	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA
61	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO
65	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI
69	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA
73	STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA
77	POSLOVNO PODRUČJE DJEČJA HRANA
81	POSLOVNO PODRUČJE GOURMET
<b>84</b>	<b>STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA, STRATEŠKE DISTRIBUCIJSKE REGIJE I DISTRIBUCIJSKA PODRUČJA</b>
85	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA
85	STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA
87	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA
89	STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZONA ZAPAD
90	STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA HoReCa
90	DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA
92	STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZND I BALTIC
<b>95</b>	<b>KONTROLA KVALITETE</b>
<b>98</b>	<b>FINANCIJSKO POSLOVANJE ATLANTIC GRUPE</b>
99	IZJAVA POTPREDSJEDNIKA ZA FINACIJE
100	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U 2017. GODINI
106	DINAMIKA PROFITABILNOSTI U 2017. GODINI
109	FINANCIJSKI POKAZATELJI U 2017. GODINI
111	OČEKIVANJA ZA 2018. GODINU
<b>112</b>	<b>RIZICI POSLOVANJA ATLANTIC GRUPE</b>
112	RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA
113	RIZICI INDUSTRIJE I KONKURENCIJE
115	RIZIK KONKURENCIJE
116	POSLOVNI RIZIK
116	FINANCIJSKI RIZICI
<b>117</b>	<b>KRATICE</b>
<b>119</b>	<b>IZVJEŠĆE REVIZORA I KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI</b>



## Sažetak ključnih financijskih pokazatelja

u milijunima kuna	2017.	2016.	2017./2016.
UKUPNI PRIHODI	5.372,1	5.174,5	3,8%
PRIHODI OD PRODAJE	5.306,8	5.106,3	3,9%
EBITDA	582,2	474,4	22,7%
EBITDA MARŽA	11,0%	9,3%	
EBITDA (NORMALIZIRANA)	517,4	474,4	9,1%
EBITDA MARŽA (NORMALIZIRANA)	9,7%	9,3%	
EBIT	406,5	307,8	32,1%
EBIT MARŽA	7,7%	6,0%	
EBIT (NORMALIZIRAN)	341,7	307,8	11,0%
EBIT MARŽA (NORMALIZIRANA)	6,4%	6,0%	
NETO DOBIT	275,5	162,8	69,2%
NETO PROFITNA MARŽA	5,2%	3,2%	
NETO DOBIT (NORMALIZIRANA)	210,7	162,8	29,4%
NETO PROFITNA MARŽA (NORMALIZIRANA)	4,0%	3,2%	
NETO DUG	1.185,4	1.502,3	-21,1%
NETO DUG / EBITDA (NORMALIZIRANA)	2,3	3,2	-27,6%
NOVČANI TOK IZ POSLOVNIH AKTIVNOSTI	348,2	292,0	19,3%
KAPITALNA ULAGANJA	129,2	140,2	-7,8%
TRŽIŠNA KAPITALIZACIJA NA 31.12.	2.874,2	2.940,9	-2,3%
EV	4.063,2	4.446,1	-8,6%
EPS (NORMALIZIRAN, U KUNAMA)	63,2	48,8	29,5%
PPS NA 31.12. (U KUNAMA)	862,0	882,0	-2,3%
DPS (U KUNAMA)	13,5	13,5	0,0%

A large, illuminated sign for 'ATLANTIC GRUPA' is the central focus. The sign is composed of large, white, 3D block letters with a red glow. The word 'ATLANTIC' is on the top line, and 'GRUPA' is on the bottom line. The sign is set against a dark background, possibly a stage or a large hall, with red lighting illuminating the scene. The ceiling above the sign features a grid of lights and a circular vent. The overall atmosphere is dramatic and industrial.

# ATLANTIC

## GRUPA



**EMIL TEDESCHI**

PREDSJEDNIK UPRAVE ATLANTIC GRUPE



## Pismo predsjednika Uprave dioničarima

**ATLANTIC GRUPA** je u izuzetno zahtjevnoj 2017. godini ostvarila iznimno dobre poslovne rezultate uz profitabilnost koja je nadmašila očekivanja i solidan rast prihoda unatoč značajnom padu prodaje maloprodajnim kompanijama iz Agrokor sustava. Osim rezultatima, zadovoljni smo provedenim procesom dezinvestiranja proizvodnog segmenta sportske prehrane te s time povezanim fokusiranjem na razvoj brendiranog poslovanja. U tvornicama koje je preuzela belgijska kompanija Aminolabs, u njemačkom Bleckedeu te u Novoj Gradišci u Hrvatskoj, nastavlja se ugovorno proizvoditi Atlanticov asortiman sportske prehrane, a u procesu restrukturiranja pokrenute su brojne dodatne aktivnosti na profitabilnijem i fokusiranijem pristupu zapadnoeuropskim tržištima. U širem kontekstu poslovanja, uspješno je implementirana strategija snaženja distribucijske djelatnosti, pa zahvaljujući odličnoj pripremi u 2018. godinu ulazimo s dva nova važna principala – Red Bullom u Srbiji i kompanijom Mars u Hrvatskoj.

Sukus je to i najvažnijih poslovnih događaja u 2017. godini, kad je riječ izravno o aktivnostima Atlantic Grupe proizašlim iz strateških određenja kompanije. Godinu je u širem kontekstu gospodarstva u okruženju obilježila eskalacija poslovnih izazova vezanih uz sustav Agrokoru krajem prvog kvartala, koje smo kao sustav uspješno nadvladali. Zahvaljujući dobroj strategiji, snazi naših brendova i sustavnom upravljanju rizicima, poslovanje Atlantic Grupe ni u jednom trenutku nije ugroženo niti zbog smanjenja poslovanja s Agrokorom ni zbog odgode u naplati tzv. graničnih potraživanja.

Kao odgovorna kompanija već 40 kvartala u kontinuitetu ostvarujemo rezultate koje najavljujemo, na temelju čega nas tržište kapitala, kao i naši dioničari, prepoznaju kao transparentnu, odgovornu i perspektivnu kompaniju. Uz konstantan rad na izgradnji i razvoju kvalitetnih uvjeta za rad i prepoznatljive korporativne kulture, dodatni fokus smo usmjerili na jačanje našeg upravljačkog tima, digitalnu transformaciju i unapređenje kapaciteta. Istovremeno, kompanija je kontinuirano posvećena upravljanju rizicima, održavanju likvidnosti i upravljanju svojim financijskim obvezama. Veseli nas da naš uspjeh prepoznaje i stručna javnost te je tako Atlantic i u 2017 godini primio nagradu Zagrebačke burze za transparentnost i kvalitetu upravljanja odnosima s investitorima, dok smo za upravljanje ljudskim resursima iz Dublina donijeli godišnje priznanje HRO Today, krovne svjetske organizacije koja okuplja stručnjake za upravljanje ljudskim resursima.

## Korporativni profil Atlantic Grupe

### O KOMPANIJI

**ATLANTIC GRUPA** posluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija čije poslovne aktivnosti uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi, zapadnoeuropskim tržištima te Rusiji i Zajednici Neovisnih Država (ZND). Od svog osnutka u ranim 1990-tima, Atlantic Grupa je provodila strategiju razvoja temeljenu na kombinaciji organskog rasta i akvizicija, te je u posljednjem desetljeću izvršeno gotovo 50-tak preuzimanja različitih veličina, od kojih se svakako ističe preuzimanje društva Droga Kolinska 2010. godine.

Danas je Atlantic Grupa kompanija s: (i) prihodima od prodaje od 5,3 milijardi kuna, (ii) modernom proizvodnom mrežom (u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini te Makedoniji), (iii) razvijenom regionalnom distribucijom, te (iv) 11 brendova s prodajom iznad 120 milijuna kuna s visokim tržišnim udjelima i prepoznatljivošću. Atlantic Grupa ima uravnoteženu prisutnost u jugoistočnoj Europi gdje ostvaruje 83,9% ukupne prodaje, dok se 16,1% odnosi na prisutnost kompanije u zapadnoj Europi, zemljama ZND-a i ostalim zemljama. Od 2014. godine model operativnog poslovanja Grupe organiziran je kroz sustav poslovnih područja koja prate poslovanje pojedine grupe proizvoda iz proizvodnog asortimana kompanije te distribucijska područja. Do kraja 2017. godine distribucijska područja su bila raspoređena u dvije glavne zone: Zonu Istok i Zonu Zapad, da bi od početka 2018. godine u želji za stvaranjem jednostavnog i učinkovitog pristupa tržištima Atlantic Grupa odlučila reorganizirati cjelokupno distribucijsko poslovanje u jedno područje koje pokriva 6 najvećih tržišta - Hrvatsku, Srbiju, Sloveniju, Makedoniju, Austriju i HoReCa segment. Dodatno je osnovan odjel Globalnog upravljanja mrežom distributera, koji pokriva tržišta kojima se dominantno upravlja putem naših distribucijskih partnera.

Jedan smo od vodećih prehrambenih proizvođača u jugoistočnoj Europi, s prominentnim brendovima iz segmenta kave - Grand kafa i Barcaffè, s rasponom brendova iz segmenta pića - Cockta, Donat Mg, Cedevita, Kala i Kalnička, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Chipsos, Najlepše želje i Bananica, brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te brendom Bakina Tajna iz gourmet segmenta. Dodatno, Atlantic Grupa ima širok portfelj proizvoda iz segmenta osobne njege, vlasnik je vodećeg hrvatskog proizvođača vitamina, minerala, dodataka prehrani i bezreceptnih lijekova Dietpharm, kao i vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. Osim toga, Atlantic Grupa proizvodi i distribuira jedan od vodećih europskih brendova u segmentu sportske prehrane - Multipower te ima snažnu prisutnost na tržištu Rusije i ZND-a s portfeljem dječje hrane pod brendom Bebi. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Makedoniji i Austriji kompanija distribuira niz proizvoda vanjskih partnera.



## POVIJESNI RAZVOJ

Početak poslovanja Atlantic Grupe seže u 1991. godinu i osnivanje kompanije Atlantic Trade d.o.o. za distribuciju robe široke potrošnje. U narednim godinama, kompanija se razvila u snažnog nacionalnog distributera s distribucijskim centrima u Zagrebu, Splitu, Rijeci i Osijeku te respektabilnim portfeljem principala kao što su kompanije Wrigley, Procter & Gamble, Ferrero, Johnson & Johnson i drugi.

Otvaranjem predstavničkog ureda u Bosni i Hercegovini 2001. godine kompanija je postala regionalna, a u idućim godinama osnovane su i vlastite kompanije za distribuciju u Srbiji, Makedoniji i Sloveniji. Akvizicijom kompanije Cedevisa d.o.o. 2001. godine, Atlantic Grupa je osim distribucijske postala i proizvodna kompanija.

Izlazak iz regionalnih okvira uslijedio je 2005. godine preuzimanjem njemačkog proizvođača prehrane za sportaše s poznatim brendom Multipower, čime Atlantic Grupa stupa na zapadnoeuropsko tržište i postaje međunarodna kompanija. U 2006. godini kompanija je transformirana u dioničko društvo te je iduće godine, uspješnom provedbom inicijalne javne ponude dionica Atlantic Grupe d.d., uvrstila svoje dionice na uređeno tržište Zagrebačke burze. U 2008. godini kompanija počinje akvirirati ljekarničke ustanove i formirati vlastiti ljekarnički lanac. Temeljem razvoja kompanije do sredine 2010. godine, Atlantic Grupa je izrasla u jednog od vodećih europskih proizvođača prehrane za sportaše, regionalnog lidera u proizvodnji vitaminskih napitaka i dodataka prehrani, istaknutog regionalnog proizvođača kozmetike i proizvoda za osobnu njegu, vodećeg distributera robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi te vlasnika jednog od vodećih privatnih ljekarničkih lanaca objedinjenog pod nazivom Farmacia.

Prekretnicu u poslovanju kompanije predstavlja najveća akvizicija u povijesti grupe – akvizicija kompanije s razvijenim portfeljem brendova iz vlastitog proizvodnog programa i vodećim tržišnim pozicijama na regionalnim tržištima – Droga Kolinska d.d. Okončanjem akvizicije u 2010. godini Atlantic Grupa je stasala u jednu od vodećih prehrambenih kompanija u regiji.

Poslovanje kompanije u razdoblju nakon akvizicije obilježio je proces sveobuhvatne integracije, među kojima je svakako najupečatljiviji bio proces vezan uz distribucijsko-logističke aktivnosti. Izvršenje procesa spajanja distribucijskog poslovanja dviju kompanija u pojedinačnim distribucijskim entitetima na svakom regionalnom tržištu rezultiralo je stvaranjem jake distribucijske mreže regionalnog karaktera. U segmentu proizvodnje fokus je stavljen na objedinjavanje pojedinih proizvodnih djelatnosti i prijenos izdvojenih procesa proizvodnje u vlastitu s ciljem ekonomičnijeg iskorištavanja postojećih proizvodnih kapaciteta. U segmentu nabave implementiran je centralizirani sustav poslovanja, uz uspostavljanje koncepta ključnih kupaca za osnovne sirovine. Tijekom 2012. i 2013. godine, redefiniranjem modela podrške korisnicima, redizajnom dijela IT servisa i ujednačavanjem tehnološke platforme, uspješno je izvršena konsolidacija informacijske tehnologije na razini cijele Grupe. Uspješno provedeni navedeni procesi integracije, izvršeni do konca 2013., transformirali su Atlantic Grupu u snažnog regionalnog proizvođača i distributera te je stvoren čvrsti temelj za daljnji razvoj i širenje njezina poslovanja.

U 2015. godini Atlantic Grupa je preuzela Foodland d.o.o. s prepoznatljivim brendom Bakina Tajna i paketom proizvoda vrhunske kvalitete, a tijekom iste godine puštena je u pogon nova tvornica energetskih pločica iz asortimana Sportske i aktivne prehrane u Industrijskom parku Nova Gradiška.

Tijekom 2016. godine osnovane su distribucijske kompanije u Njemačkoj i Austriji, kako bi omogućili plasman ciljane grupe proizvoda Atlantic Grupe na tim tržištima.

U 2017. godini provedeno je restrukturiranje poslovnog područja Sportske i aktivne prehrane, u sklopu kojega su sklapanjem strateškog partnerstva s respektabilnom belgijskom kompanijom Aminolabs, istoj prodane dvije tvornice – ona u njemačkom Bleckedeu te tvornica u Novoj Gradišci, zajedno s njima pripadajućim ugovorima o uslužnoj proizvodnji za treće strane.

## NACIONALNA KOMPANIJA

- 1991.** Osnivanje društva Atlantic Trade d.o.o. i razvoj distribucije robe široke potrošnje  
  
Zasnivanje suradnje s kompanijom Wrigley
- 1992.** Otvorenje Distribucijskog centra Split
- 1994.** Otvorenje Distribucijskih centara Osijek i Rijeka
- 1996.** Suradnja s kompanijom Procter & Gamble
- 1997.** Ulaganje u distribucijski sustav Ataco u Bosni i Hercegovini
- 1998.** Lansiranje Montane, prvog hrvatskog sendviča s produljenom svježinom za široku distribuciju
- 1999.** Zasnivanje suradnje s kompanijom Johnson & Johnson

## REGIONALNA KOMPANIJA

- 2001.** Osnivanje predstavničkog ureda u Bosni i Hercegovini  
  
Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade d.o.o. Srbija  
  
Akvizicija društva Cedevisa d.o.o.  
  
Zasnivanje suradnje s kompanijom Ferrero
- 2002.** Osnivanje društva Atlantic Grupa d.o.o.
- 2003.** Akvizicija društva Neva d.o.o.  
  
Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade Skopje d.o.o.
- 2004.** Osnivanje distribucijske kompanije Atlantic Trade d.o.o. Ljubljana  
  
Akvizicija brenda Melem

## EUROPSKA KOMPANIJA

- 2005.** Akvizicija njemačkog proizvođača prehrane za sportaše Multipower
- 2006.** Osnivanje predstavničkog ureda u Moskvi  
  
Transformiranje Atlantic Grupe u dioničko društvo
- 2007.** Akvizicija kompanije Fidifarm d.o.o.  
  
Akvizicija kompanije Multivita d.o.o.  
  
Izlistanje dionica društva Atlantic Grupa d.d. na uređeno tržište Zagrebačke burze
- 2008.** Akvizicije ljekarni i formiranje ljekarničkog lanca Farmacia
- 2010.** Akvizicija kompanije Droga Kolinska d.d.  
  
Akvizicija društva Kalničke Vode Bio Natura d.d.
- 2013.** Zasnivanje suradnje s kompanijom Unilever
- 2015.** Akvizicija tvrtke Foodland d.o.o. i izgradnja tvornice Atlantic Multipower Hrvatska
- 2016.** Osnivanje distribucijskih kompanija u Austriji i Njemačkoj
- 2017.** Sklopljeno strateško partnerstvo s Aminolabsom

## Predstavništva i uredi u 12 zemalja



### URED + TVORNICA

—

Hrvatska  
Bosna i Hercegovina  
Makedonija  
Njemačka  
Slovenija  
Srbija



### URED

—

Austrija  
Crna Gora  
Italija  
Rusija  
Španjolska  
Velika Britanija





**ATLANTIC**  
GRUPA



# Organizacijska struktura

Organizacija poslovanja Atlantic Grupe sastoji se od dva osnovna segmenta:

- **Operativnog poslovanja** i
- **Korporativnih funkcija podrške.**

Operativno poslovanje Atlantic Grupe kroz 2017. godinu može se pratiti kroz poslovanje posebnih poslovnih područja organizacijski vezanih uz pojedinu vrstu proizvoda, odnosno, posebnih prodajnih područja unutar kojih se pokrivaju sva važna tržišta i strateški prodajni kanali:

- **Šest Strateških Poslovnih Područja (SPP)** – Kava, Slatko i slano, Pića, Delikatesni namazi, Zdravlje i njega te Sportska i aktivna prehrana;
- **Dva Poslovna Područja (PP)** – Dječja hrana i Gourmet;

U skladu sa strateškim fokusom na internacionalizaciju poslovanja Atlantic Grupe, u 2017. godini operativno poslovanje Atlantic Grupe je, u cilju što efikasnijeg upravljanja pojedinim distribucijskim tržištima i poslovnim segmentima, organizirano kroz dvije glavne distribucijske zone: Zonu Istok i Zonu Zapad, gdje Zonu Istok čini Jugoistočna Europa, ZND i Baltik, dok Zona Zapad obuhvaća Središnju i Jugozapadnu Europu, nordijske zemlje te sva tržišta u prekomorskim zemljama.

Svako poslovno područje sadrži internu organizacijsku strukturu koja se, ovisno o djelatnosti i opsegu poslovanja, sastoji od organizacijskih cjelina: **poslovnih jedinica, organizacijskih jedinica i odjela**. Uz Strateška poslovna područja, Poslovna područja, Strateška distribucijska područja, Strateška distribucijska regija i Distribucijska područja, segment Operativnog poslovanja kompanije obuhvaća i funkcije **Centralne nabave, Centralnog marketinga** i **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.

Korporativne funkcije podrške osiguravaju primjenu jedinstvenih korporativnih standarda te transparentnije i učinkovitije poslovanje na razini cijele kompanije. Korporativne funkcije podrške imaju centralnu organizaciju i, ovisno o funkcionalnom području koje pokrivaju, pružaju podršku ukupnom poslovanju i razvoju Atlantic Grupe.

Strateške korporativne funkcije podrške podijeljene su na:

- **Korporativne aktivnosti** i
- **Financije.**

Strateška korporativna funkcija podrške Korporativne aktivnosti obuhvaća **Glavno tajništvo, Odjel za projekte EU fondova i regionalnih potpora, odjel Ljudskih resursa, odjel Korporativnih komunikacija, odjel Pravnih poslova, osiguranja kvalitete i upravljanja imovinom** te **odjel Korporativnih servisa**.

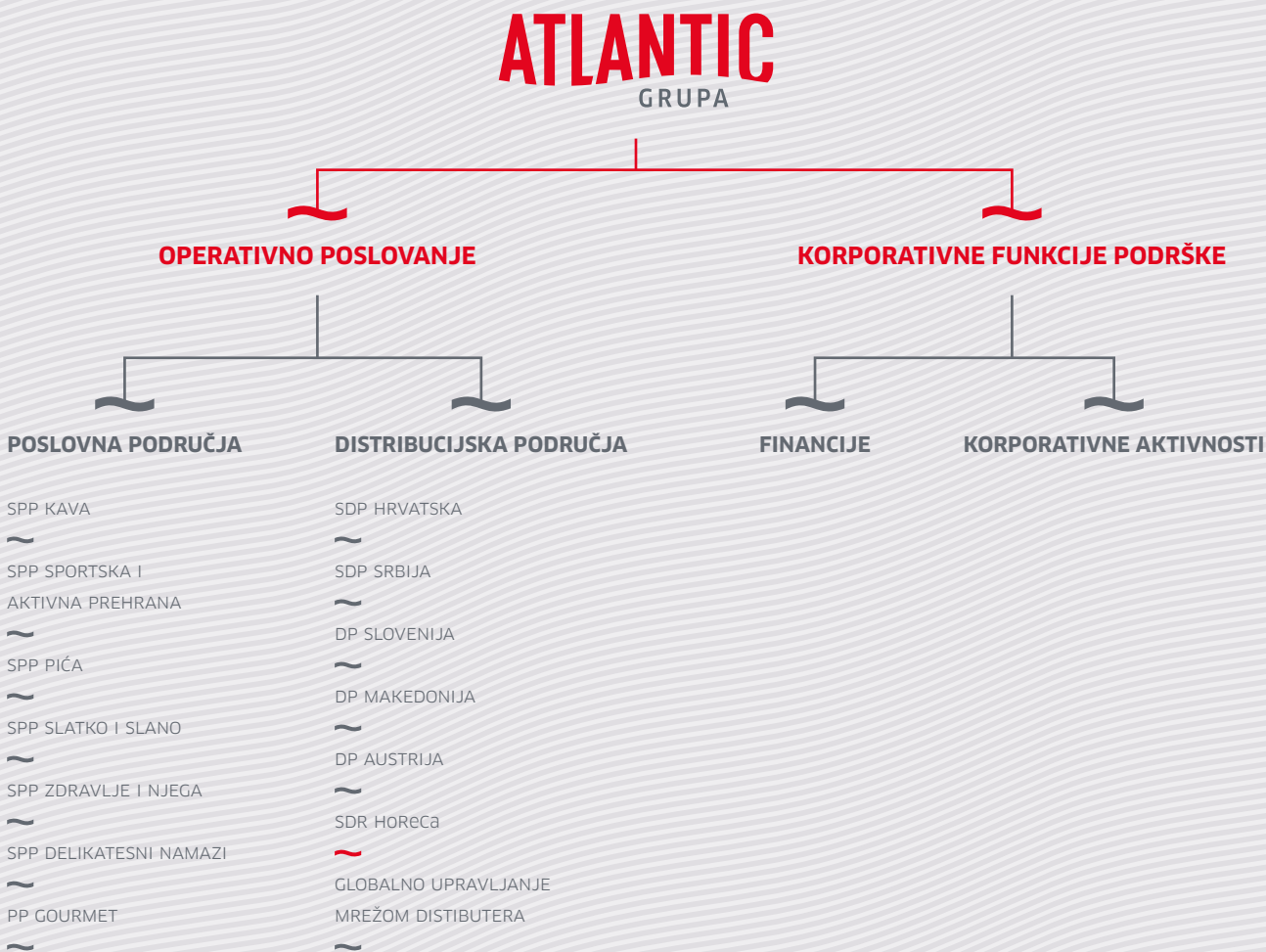
Strateška korporativna funkcija podrške Financije obuhvaća područja **Korporativnog izvještavanja i konsolidacije, Korporativnog kontrolinga, Korporativnih poreza, Korporativne riznice** i **Odnosa s investitorima**.

Unutar organizacije djeluje **Odjel Poslovnog razvoja i strategije** te **Odjel za transformaciju i informacijske tehnologije**. Odjel Poslovnog razvoja i strategije zadužen je za pružanje podrške Upravi Društva u segmentu određivanja strateških inicijativa, provođenju dugoročne razvojne strategije i poslovnog razvoja, s fokusom na spajanja, akvizicije i strateška partnerstva, dok je Odjel za transformaciju i informacijske tehnologije zadužen za upravljanje informacijsko-komunikacijskom tehnologijom potrebnom za održavanje i unapređenje poslovanja, razina usluga i konkurentnosti Atlantic Grupe.

Uz navedeno, organizacijska struktura Atlantic Grupe sadrži i funkciju **Interne revizije** koja djeluje kao neovisna funkcija koja za svoj rad odgovara Nadzornom odboru Društva.

## REORGANIZACIJA DISTRIBUCIJSKOG POSLOVANJA

Krajem 2017. godine donesena je odluka o reorganizaciji cjelokupnog distribucijskog poslovanja s primjenom od 1. siječnja 2018. godine i to formiranjem jednog područja koje pokriva 6 najvećih tržišta – Hrvatsku, Srbiju, Sloveniju, Makedoniju, Austriju i HoReCa segment, kako bi osigurali jednostavan i učinkovit pristup tržištima. Dodatno je osnovan odjel Globalnog upravljanja mrežom distributera, koji pokriva tržišta kojima se dominantno upravlja putem naših distribucijskih partnera.



**SPP** STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE, **PP** POSLOVNO PODRUČJE, **SDP** STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE, **DP** DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE, **SDR** STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA

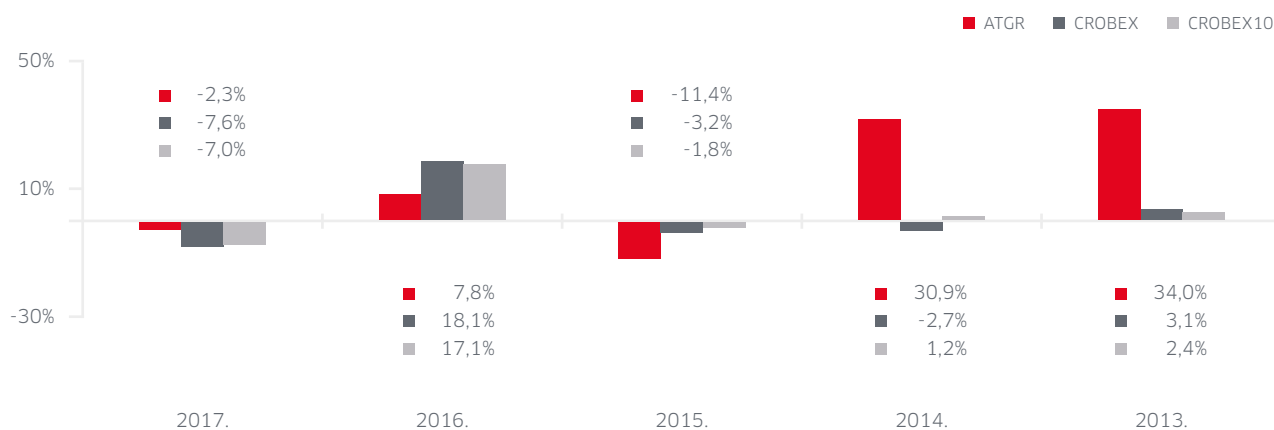


## Ostvarenje na hrvatskom tržištu kapitala u 2017. godini

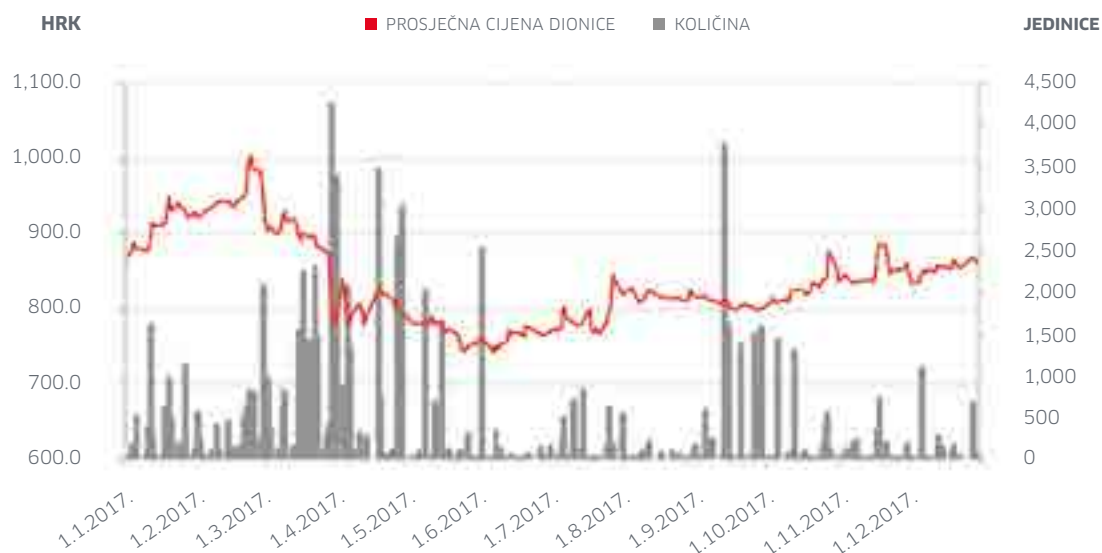
Unatoč optimističnom početku godine, obilježenom rastom prometa i cijena većine dionica i indeksa, nakon izbijanja krize u koncernu Agrokor, došlo je do obrata na hrvatskom tržištu kapitala. Tako je na Zagrebačkoj burzi u 2017. godini dionički indeks CROBEX zabilježio pad od 7,6%, dok je CROBEX10 zabilježio pad od 7,0%. Dionica Atlantic Grupe je istovremeno zabilježila pad od 2,3%.

### OSTVARENJE NA DIONIČKOM TRŽIŠTU

Prosječna cijena dionice Atlantic Grupe u 2017. godini iznosila je 837,2 kuna, dok je prosječni dnevni promet iznosio 352,6 tisuća kuna. Među sastavnicama CROBEX10, s prosječnom tržišnom kapitalizacijom od 3.783,0 milijuna kuna Atlantic Grupa zauzima četvrto mjesto. Također, prema ukupnom prometu u 2017. godini, dionica Atlantic Grupe se nalazi na devetom mjestu u odnosu na sve dionice uvrštene na Zagrebačkoj burzi sa 76,2 milijuna kuna ostvarenog prometa.

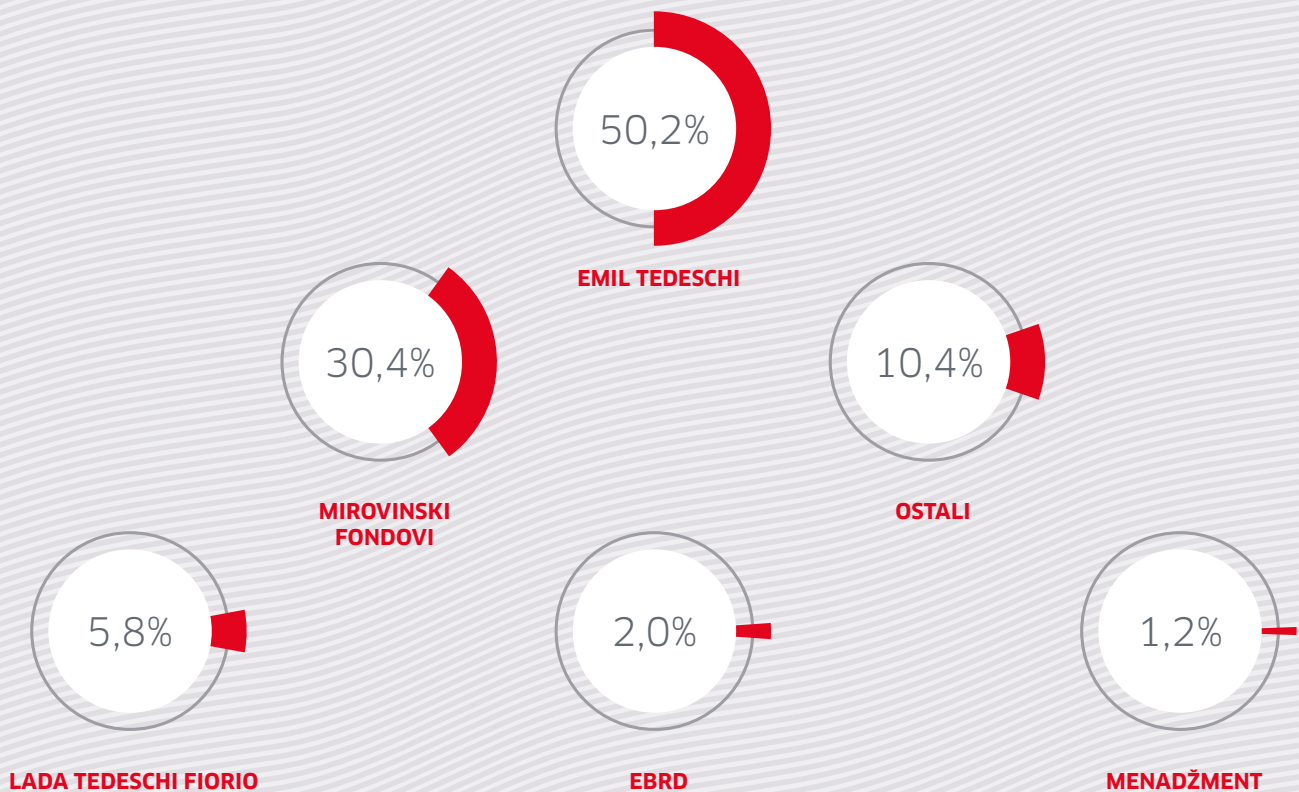


### KRETANJE PROSJEČNE CIJENE I VOLUMENA DIONICE ATLANTIC GRUPE U 2017. GODINI



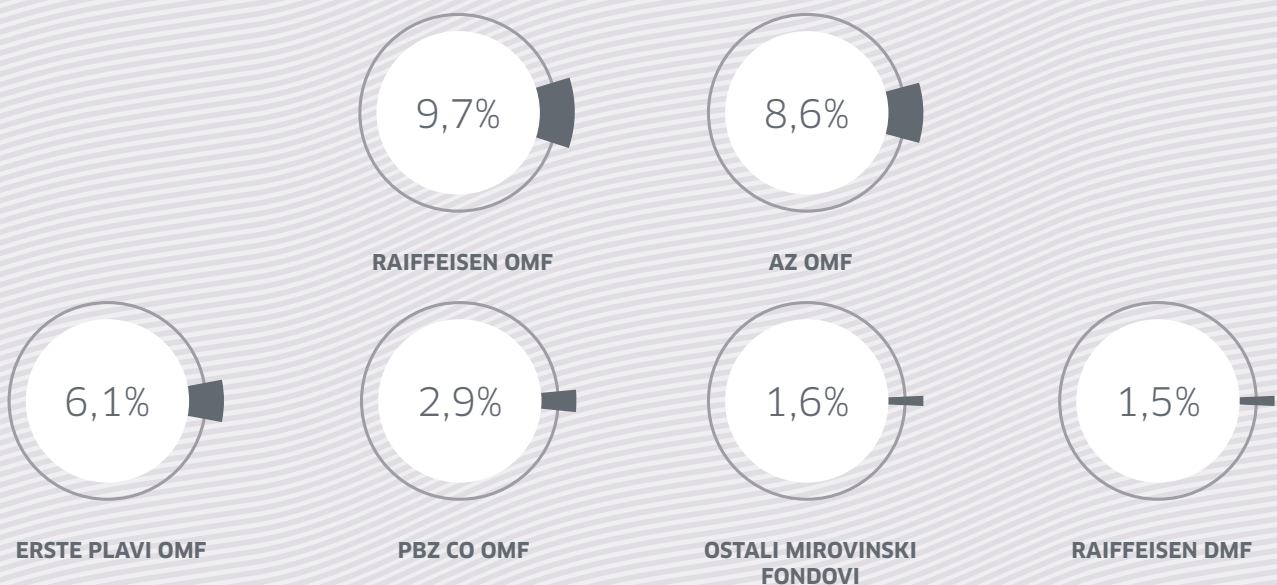
## VLASNIČKA STRUKTURA NA DAN 31. PROSINCA 2017. GODINE

Atlantic Grupa ima stabilnu vlasničku strukturu sa 50,2% kompanije u vlasništvu Emila Tedeschija te 5,8% kompanije u vlasništvu Lade Tedeschi Fiorio, dok mirovinski fondovi drže 30,4% Atlantic Grupe. Na kraju 2017. godine udio dionica distribuiran javnosti (free float) je iznosio 44,0%.



\* Udio dionica distribuiran javnosti (free float): 44,0%

### UDIO MIROVINSKIH FONDOVA (30,4%)



## PREGLED 10 NAJVEĆIH DIONIČARA ATLANTIC GRUPE D.D. NA DAN 31. PROSINCA 2017. GODINE

DIONIČAR	STANJE	% VLASNIŠTVA
EMIL TEDESCHI	1.673.819	50,2%
RAIFFEISEN OMF KATEGORIJE B	322.729	9,7%
AZ OMF KATEGORIJE B	286.946	8,6%
ERSTE PLAVI OMF KATEGORIJE B	202.328	6,1%
LADA TEDESCHI FIORIO	193.156	5,8%
PBZ CO OMF KATEGORIJE B	98.146	2,9%
EUROPSKA BANKA ZA OBNOVU I RAZVOJ – EBRD	66.686	2,0%
PBZ D.D./SKRBNIČKI ZBIRNI RAČUN KLIJENTA	53.771	1,6%
RAIFFEISEN DOBROVOLJNI MIROVINSKI FOND	51.598	1,5%
KAPITALNI FOND D.D.	24.830	0,7%

Prema odluci Glavne skupštine održane 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 45 milijuna kuna, koja je provedena u srpnju 2017.

## ODNOSI S INVESTITORIMA U 2017. GODINI

U 2017. godini Atlantic Grupa dobila je na godišnjoj konferenciji Zagrebačke burze po sedmi put za redom nagradu za jednu od tri poduzeća koje imaju najbolje odnose s investitorima. Poslovni dnevnik tom nagradom odaje priznanje investicijske zajednice tvrtkama koje imaju fer i transparentne odnose prema investitorima.

Također, u 2017. godini Atlantic Grupa je sudjelovala na raznim investitorskim konferencijama u zemlji i inozemstvu te održala velik broj sastanaka s domaćim i inozemnim investitorima.



**NEVEN VRANKOVIĆ**

POTPREDSJEDNIK UPRAVE ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI



## Izjava potpredsjednika Uprave za korporativne aktivnosti

**ATLANTIC GRUPA** predstavlja uspješan poslovni sustav koji se ponosi ne samo rezultatima iz poslovnih aktivnosti, nego jednako i kulturom koju gradimo i vrijednostima koje promoviramo među zaposlenicima kompanije i u zajednici u kojoj poslujemo i živimo. U odnosu prema svim dionicima odgovornost je integralni dio strategije razvoja, a rastom i širenjem poslovanja širi se i spektar odgovornosti prema unutarnjem i izvanjskom okruženju te svijest o mogućnostima i potrebi vlastitog utjecaja na unapređenje općih uvjeta oko nas. Jezgru naše korporativne kulture čini uvažavanje individualne različitosti te poticanje suradnje i sinergija između različitih segmenata proizvodnje, inovacija, marketinga i prodaje. Naše temeljne vrijednosti oslanjaju se na simboliku triju prirodnih elemenata: sunca koje simbolizira strast, vala koji predstavlja kreativnost i planine koja je naš simbol rasta. Kreiranjem zdravog i poticajnog radnog okruženja našim zaposlenicima nastojimo omogućiti više od radnog mjesta – mnogi programi razvijeni unutar sustava posvećeni su razvoju ljudskih potencijala i karijera u kompaniji, upravljanju učinkom i shodnim nagrađivanjem izvrsnih rezultata te zadržavanju ključnih kategorija zaposlenika. U 2017. godini posebno smo bili ponosni na priznanje koje nam je dodijelila krovna svjetska organizacija koja okuplja stručnjake upravljanja ljudskim resursima, HRO Today za promicanje dobre prakse u upravljanju ljudskim resursima u AG i time nas svrstala među sam europski vrh kompanija koje promiču ove korporativne vrijednosti.

Kvaliteta je u središtu svih naših aktivnosti, u okviru cjelokupnog sustava, i kad je riječ o odnosu prema zaposlenima, o aktivnostima vezanima uz visoke standarde proizvodnje i kontrole kvalitete ili pružanja vrhunske i ujednačene usluge distribucije svim našim partnerima na svim našim tržištima. Kad govorimo o brizi za okoliš, možemo reći da se ona u našem sustavu s konzistentnim EMS-om (Environmental Management System) proširila od lokalnog pristupa do korporativne razine, s glavnim fokusom na održivost i zaštitu budućnosti. Glavnim aktivnostima u ovom području, koje potiču iz tri dimenzije – okoliš i energetska učinkovitost, ljudi i društvo te upravljanje, Atlantic Grupa je napravila značajan iskorak prema održivosti. Sustav održivog upravljanja okolišem temelji se na dobro promišljenoj i ekonomičnoj upotrebi prirodnih izvora, koristeći ekološki prihvatljivije tehnologije u proizvodnji, smanjenju otpada i manjoj potrošnji energije i vode. Međunarodni certifikat o upravljanju okolišem ISO 14001 dokazuje da je naš sustav upravljanja okolišem usklađen sa standardima najbolje prakse, a izvještaji koji se od 2014. izrađuju u skladu sa smjernicama Global Reporting Initiative-a svjedoče o tome da smo kontinuirano progresivna regionalna kompanija po kriteriju transparentnosti.

Na kraju, no jednako vrijedno, Atlantic Grupa je kao dio šire zajednice svjesna važnosti i potrebe vlastitog utjecaja na unapređenje općih društvenih uvjeta, promocije pravih vrijednosti i potrebe da dio vlastitog profita uloži u zajednicu. Osim donacijskih projekata u širokom spektru, značajna je i naša sponzorska djelatnost, primarno kad je riječ o promociji sporta i zdravog načina odrastanja i življenja. Najveći sustavan, strukturiran i sveobuhvatan angažman u tom smislu ulažemo u podršku projektima kao što je košarkaški klub Cedevita, gdje osim u kapacitetu glavnog sponzora, kroz školu košarke koja okuplja više od tisuću djece i mladih nastojimo među novim generacijama promovirati prave vrijednosti. Atlantic Grupa također je aktivan sudionik i organizator niza humanitarnih akcija, a sustavno pomažemo cijeli niz organizacija i udruženja koja se bave zaštitom i pomoći ugroženim socijalnim skupinama.

Na formalnoj razini valja istaknuti kako Atlantic Grupa od svog osnutka poslovne aktivnosti temelji na Kodeksu korporativnog upravljanja kojim su, osobito od izlaska na Zagrebačku burzu 2007. godine, značajno unaprijeđeni standardi transparentnosti poslovanja u skladu s direktivama EU i pozitivnim hrvatskim zakonodavstvom. Atlantic Grupa također je potpisnik Kodeksa etike u poslovanju, a od 2007. pridružili smo se i UN-ovoj inicijativi Global Compact.



## PRIMJENA NAČELA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA

Atlantic Grupa od svog osnutka, odnosno uvrštenja na Zagrebačku burzu, svoje poslovne aktivnosti temelji na Kodeksu korporativnog upravljanja Atlantic Grupe kojim su standardi transparentnosti poslovanja usklađeni s hrvatskim zakonodavstvom i zakonodavstvom Europske Unije. Navedenim Kodeksom Atlantic Grupa je definirala procedure za rad Nadzornog odbora, Uprave i drugih organa i struktura nadležnih za odlučivanje, osiguravajući tako izbjegavanje sukoba interesa, efikasan unutarnji nadzor i učinkoviti sustav odgovornosti. Istim je regulirana i obveza javnog objavljivanja podataka u kategorijama cjenovno osjetljivih informacija, sve u nastojanju da se osigura jednakost postupanja prema dioničarima i transparentnost informacija za postojeće i buduće investitore. U skladu s dosljednom primjenom načela Kodeksa, Atlantic Grupa se razvija i djeluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastoji svojom poslovnom strategijom, poslovnom politikom, ključnim internim aktima i poslovnom praksom doprinijeti transparentnom i učinkovitim poslovanju i kvalitetnijim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djeluje.

## IZJAVA O PRIMJENI KODEKSA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA

S obzirom na činjenicu da su dionice Atlantic Grupe d.d. uvrštene na uređeno tržište Zagrebačke burze, Atlantic Grupa primjenjuje važeći Kodeks korporativnog upravljanja Zagrebačke burze, te ispunjava obveze koje iz njega proizlaze uz iznimku onih odredbi čija primjena u datom trenutku nije praktična. Sukladno pozitivnim zakonskim propisima Atlantic Grupa je za 2017. godinu izradila Izjavu o primjeni navedenog Kodeksa korporativnog upravljanja, kojom je potvrdila djelovanje i razvoj u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja u svim segmentima poslovanja. Izjava o primjeni Kodeksa korporativnog upravljanja objavljena je na internet stranici Društva ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)) te na internet stranicama Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)) i HANFE ([www.hanfa.hr](http://www.hanfa.hr)). Odstupanja od Kodeksa korporativnog upravljanja Zagrebačke burze d.d. su sljedeća:

15	Je li dioničarima omogućeno sudjelovanje i glasovanje na glavnoj skupštini društva upotrebom sredstava suvremene komunikacijske tehnologije? (ako ne, objasniti)	NE	Trenutno, Društvo vodi pregovore za uvođenje predmetne usluge omogućavanja sudjelovanja i glasovanja na Glavnoj skupštini Društva upotrebom sredstava suvremene komunikacijske tehnologije.
23	Je li nagrada ili naknada koju primaju članovi nadzornog odnosno upravnog odbora u cijelosti ili dijelom određena prema doprinosu uspješnosti društva? (ako ne, objasniti)	NE	Naknada je utvrđena u fiksnom iznosu, a kako bi članovi Nadzornog odbora bili što neovisniji od Društva i onih koje nadziru.

Osim navedenog, Atlantic Grupa je potpisnik Kodeksa etike u poslovanju, čiji je inicijator Hrvatska gospodarska komora. Navedenim Kodeksom utvrđene su smjernice etičkog ponašanja poslovnih subjekata u okviru hrvatskog gospodarstva. Takvim određivanjem etičkih kriterija pridodnosi se transparentnijem i učinkovitijem poslovanju i kvalitetnijim vezama poslovnih subjekata u Hrvatskoj s poslovnom sredinom u kojoj djeluju. Pristupanjem Kodeksu etike potpisnice se obvezuju na odgovorno i etično ponašanje prema drugim tvrtkama na tržištu te na razvoj kvalitetnih odnosa i lojalne konkurencije.

Na poslovnoj konferenciji Zagrebačke burze i fondovske industrije održanoj u listopadu 2017. godine, Atlantic Grupi je dodijeljeno priznanje za odnose s investitorima. Atlantic Grupa se razvija i djeluje u skladu s dobrom praksom korporativnog upravljanja te nastoji svojom poslovnom strategijom, poslovnom politikom kao i ključnim internim aktima doprinijeti transparentnom i učinkovitim poslovanju te kvalitetnijim vezama s poslovnom sredinom u kojoj djeluje prateći svjetske i europske trendove.

## ORGANIZACIJA KORPORATIVNOG UPRAVLJANJA U ATLANTIC GRUPI

Struktura korporativnog upravljanja Atlantic Grupe temelji se na dualističkom sustavu, koji se sastoji od **Nadzornog odbora** i **Uprave Društva**. Zajedno s **Glavnom Skupštinom**, u skladu sa Statutom i Zakonom o trgovačkim društvima, predstavljaju tri temeljna organa Društva.

### GLAVNA SKUPŠTINA

Glavna skupština je organ u kojem dioničari ostvaruju svoja prava u stvarima Društva. Radi donošenja odluka o pitanjima određenima zakonom i Statutom Društva, dana 29. lipnja 2017. godine održana je redovita Glavna skupština društva Atlantic Grupa d.d. Na navedenoj Skupštini usvojene su odluke o davanju razrješnice članovima Uprave i Nadzornog odbora Društva, odluka o isplati dividende di-

oničarima Društva razmjerno broju dionica kojih su imatelji u iznosu od 13,50 kuna po dionici, izboru tri člana Nadzornog odbora, te imenovanju revizora Društva za tekuću poslovnu godinu. Sve odluke s održane Glavne skupštine objavljene su u skladu sa zakonskim propisima te su dostupne na internet stranicama Atlantic Grupe ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)) i Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)).

### NADZORNI ODBOR ATLANTIC GRUPE

Atlantic Grupa dioničko društvo ima Nadzorni odbor koji broji sedam članova. Nadzorni odbor je u 2017. održao četiri sjednice, u skladu s prethodno objavljenim Kalendarom održavanja istih, koji se nalazi na internet stranicama Društva ([www.atlanticgrupa.com](http://www.atlanticgrupa.com)) i Zagrebačke burze ([www.zse.hr](http://www.zse.hr)). Sukladno OECD Principima korporativnog upravljanja kao i preporukama iz Kodeksa, Nadzorni odbor

Atlantic Grupe sastavljen većinom od nezavisnih članova koji nisu u poslovnim, obiteljskim i drugim vezama s društvom, većinskim dioničarom ili grupom većinskih dioničara ili članovima uprave ili nadzornog odbora društva ili većinskog dioničara. Od ukupno 7 članova Nadzornog odbora društva 6 članova dolazi iz kategorije nezavisnih stručnjaka. Članovi Nadzornog odbora Društva su:



#### ZDENKO ADROVIĆ

PREDSJEDNIK

**ZDENKO ADROVIĆ**, jedan od vodećih stručnjaka u hrvatskoj financijskoj industriji, direktor je te jedan od osnivača Hrvatske udruge banaka. Od 1996. do 2014. godine obnašao je funkciju predsjednika Uprave Raiffeisenbank Austria d.d, koju je tijekom mandata razvio u jednu od vodećih financijskih institucija s nekoliko priznanja Hrvatske gospodarske komore za najuspješniju banku u Republici Hrvatskoj. Prethodno je bio izvršni potpredsjednik za riznicu i likvidnost Privredne banke Zagreb, gdje je radio i kao direktor sektora investicijskog bankarstva te zamjenik predsjednika Uprave. Od 2017. godine član je Odbora za financije i državni proračun Hrvatskog sabora. Od 2008. do 2016. godine bio je član Izvršnog odbora Hrvatske udruge poslodavaca, dok je u periodu od 2004. do 2013. obnašao funkciju člana Upravnog odbora Hrvatske gospodarske komore. Pored navedenog, u periodu od 1999. do 2006. obnašao je funkciju člana Nadzornog odbora Plive d.d. Diplomirao je Ekonomiju na Fakultetu za vanjsku trgovinu Sveučilišta u Zagrebu, gdje je pohađao i poslijediplomski studij iz područja korporativnih financija, te se usavršavao na sveučilištima u SAD-u i Ujedinjenom Kraljevstvu.



## LADA TEDESCHI FIORIO

ZAMJENICA PREDSEDNIKA

**LADA TEDESCHI FIORIO** karijeru u Atlanticu započinje 1997. godine na mjestu zamjenice direktora Financija. Kao potpredsjednica za poslovni razvoj imala je važnu ulogu u pregovorima s potencijalnim ulagačima tijekom različitih Atlanticovih akvizicija te u postupku inicijalne javne ponude 2007. godine. Transformacijom Atlantic Grupe u dioničko društvo, imenovana je Zamjenikom predsjednika Nadzornog odbora te također danas vodi Odbor za investicije. Prije dolaska u Atlantic poslovna iskustva stjecala je u multinacionalnim kompanijama Wrigley u Njemačkoj i Mars Masterfood u Ujedinjenom Kraljevstvu, Nizozemskoj, Poljskoj i UAE. Diplomirala je ekonomiju na Università commerciale L. Bocconi u Milanu, a usavršavala se na London Business School.



## SINIŠA PETROVIĆ

ČLAN

**SINIŠA PETROVIĆ** profesor je na Katedri za trgovačko pravo i pravo društava na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. 1995. godine je bio poseban izaslanik delegacije Republike Hrvatske i član delegacije Republike Hrvatske na međunarodnoj mirovnoj konferenciji o Bosni i Hercegovini u Daytonu. Bio je potpredsjednik Savjeta za zaštitu tržišnog natjecanja te predstavnik Republike Hrvatske u Komisiji za arbitražu Međunarodne trgovačke komore. Autor je široke stručne literature te je sudjelovao u izradi hrvatskih propisa s područja trgovačkih društava, tržišnog natjecanja, prometa nekretnina, privatizacije, sporta i sprečavanja sukoba interesa u obnašanju javnih dužnosti. Bio je član Pregovaračke skupine za vođenje pregovora o pristupanju Hrvatske Europskoj Uniji. Diplomirao je, magistrirao i doktorirao na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.





## FRANZ-JOSEF FLOSBACH

ČLAN

**FRANZ-JOSEF FLOSBACH** je stekao diplomu industrijskog inženjera („Diplom Wirtschaftsingenieur“) na Tehničkom fakultetu u Darmstadtu (Technische Hochschule Darmstadt, danas Technische Universität Darmstadt) 1973. godine. Većinu svog radnog vijeka, od 1975. godine, proveo u DEG-Deutsche Investitions und Entwicklungsgesellschaft mbH. DEG svojim djelovanjem prati poslovanje privatnih kompanija na tržištima u nastajanju i u razvoju, a dio je njemačke razvojne banke KfW – Bankengruppe, Frankfurt od 2001. godine. G. Flosbach obnašao je više izvršnih funkcija, a njegove su dužnosti obuhvaćale: reviziju korporativnog upravljanja – koja uključuje poslove kreditne analize, razrade i odgovornosti za ulaganja u Aziji, arapskim zemljama, jugoistočnoj Europi, Africi engleskog govornog područja; poslovno planiranje i kontroling – koji uključuju uspješnu implementaciju SAP sustava; razvoj poslovanja i upravljanje portfeljom za područje Podсахarske Afrike; konzultantske poslove – „Deutsche Mittelstand“, programe Europske zajednice (ECIP, CDI, JOPP), agencije za promicanje stranih ulaganja, te Pakt stabilnosti za jugoistočnu Europu. Osim toga, bio je odgovoran za razvoj poslovanja DEG-a u istočnoj i jugoistočnoj Europi, Kavkazu, Središnjoj Aziji, Turskoj i Bliskom istoku – oko 30 zemalja, ulaganja od 1,5 milijarde eura, portfelj od oko 110 kompanija, 200 – 500 milijuna novih obveza godišnje. Prije karijere u DEG-u, Franz Josef Flosbach radio je kao stariji savjetnik u kompaniji Treuhand-Vereinigung AG/Coopers&Lybrand GmbH, današnjem PricewaterhouseCoopersu (PwC), s posebnim fokusom na aktivnosti spajanja i preuzimanja. G. Flosbach posjeduje specifično znanje u sljedećim područjima: financiranje – financiranje projekata, pružanje dugoročnih zajmova, vlasnički kapital; spajanje i preuzimanje; restrukturiranje i privatizacija; savjetovanje u korporativnom upravljanju i upravljanju rizicima. Jednako tako, posjeduje iznimni „know-how“ u pogledu zemalja i sektora. Od 2013. godine g. Flosbach se nalazi u mirovini, a trenutno je član pet nadzornih odbora, tri komisije za reviziju te jedne komisije za rizike u pet renomiranih kompanija u regiji.



## ALEKSANDAR PEKEĆ

ČLAN

**SAŠA PEKEĆ** je izvanredni profesor na Fuqua School of Business Sveučilišta Duke. Ekspert je iz područja menadžerskog odlučivanja u kompleksnim kompetitivnim okruženjima te autor radova u vodećim akademskim časopisima iz menadžerskih znanosti, kao i radova iz područja ekonomije, matematike i psihologije. Konzultantska iskustva Saše Pekeća uključuju bankarsku, internet, farmaceutsku, prodajnu i telekomunikacijsku industriju. U periodu od 2010. do 2015. bio je član Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike. Doktorirao je na sveučilištu Rutgers, a diplomirao na Sveučilištu u Zagrebu.



## JEAN LOUIS YVON GOURBIN

ČLAN

**JEAN LOUIS YVON GOURBIN** ima bogato poslovno iskustvo koje je stekao kroz 40 godina rada na rukovodećim funkcijama u kompanijama u industriji robe široke potrošnje i sektoru poljoprivredne robe u Europi, Sjevernoj Americi, Latinskoj Americi, u azijsko-pacifičkoj regiji, Bliskom istoku i Subsaharskoj Africi. Veći dio svoje karijere, više od 15 godina, proveo je u kompaniji Kellogg. Karijeru je gradio i u Kronenborgu, vodećoj kompaniji za proizvodnju piva, La Maison du Café-u, kompaniji za mljevenu kavu, Ralston Purini za proizvodnju hrane za kućne ljubimce, Danone Grupi te Bunge-u, jednom od tri globalna lidera za trgovinu poljoprivrednim proizvodima i poljoprivredu. Od 2012. godine je u mirovini, kada se uključuje u projekte koji mogu doprinijeti njegovoj višestranjoj karijeri. Od 2013. godine član je nadzornog odbora Desmet Ballestra Grupe, globalnog lidera u području procesnog inženjeringa te isporuke pogona i opreme. U 2015. godini ustanovio je godišnji Grand Prix Generation Entrepreneur, program kojim se potiču mladi poduzetnici u Švicarskoj. Završio je poslijediplomski studij ekonomije na sorbonskom sveučilištu.



## LARS PETER ELAM HÅKANSSON

ČLAN

**LARS PETER ELAM HÅKANSSON**, kao Predsjednik Uprave te glavni upravitelj imovinom (Chief Investment Officer) vodi investicijske timove East Capitala zadužene za regije Istočna Europa i Azija. Peter je ustanovio investicijsku filozofiju i strategiju East Capitala kojim još uvijek upravlja. Od ranih je devedesetih godina radio na tržištima u nastajanju i razvoju te i danas nastavlja putovati i posjećivati kompanije širom svijeta. Pet puta je bio nagrađen za najboljeg fond menadžera od strane Morningstara te od strane najvećeg švedskog financijskog dnevnika Dagens Industri. On i investicijski timovi isto su tako primili brojne nagrade Lipper za uspješno poslovanje fondovima kojim upravlja East Capital. Ujedno je predsjednik Uprave švedske glazbene kuće slavni, član Uprave Bonnier Business Press-a i švedskog Inter Peace-a. Prije osnivanja East Capitala bio je na vodećim pozicijama u kompaniji Enskilda Securities u Londonu, Parizu i Stockholmu – gdje mu je zadnja pozicija bila na čelu odjela za upravljanje kapitalom te odjela analiza na globalnoj razini. Peter je studirao na štokholmskoj školi ekonomije te na l'EDHEC u Lilleu. Tečno govori švedski, engleski i francuski jezik.

Članovi Nadzornog odbora Društva nagrađeni su za svoj rad te imaju pravo na nagradu koja je primjerena vremenu njihova angažmana, poslovima koje obavljaju te stanju i poslovanju društva. U 2017. godini članovi Nadzornog odbora Atlantic Grupe d.d. su po navedenoj osnovi zaprimili naknadu u ukupnom bruto iznosu od 1.269.832,21 kune.

## KOMISIJE NADZORNOG ODBORA

U sklopu Nadzornog odbora djeluju tri Komisije koje svojim radom potpomažu rad i djelovanje Nadzornog Odbora: **Komisija za reviziju**, **Komisija za imenovanje i nagrađivanje** te **Komisija za korporativno upravljanje**. Svaka Komisija previđa tri člana, od kojih se dva imenuju iz reda članova Nadzornog odbora, dok se jedan član imenuje iz reda vrsnih stručnjaka za predmetno područje.

**KOMISIJA ZA KORPORATIVNO UPRAVLJANJE** definira sustav mehanizama za osiguravanje ravnoteže između prava dioničara i potreba menadžmenta za usmjeravanje poslova Društva i upravljanja tim poslovima. Daje okvir za postavljanje ciljeva Društva i određivanje sredstava za postizanje tih ciljeva te praćenje izvedbe i djelotvornosti tih ciljeva. Komisiji predsjedava Siniša Petrović, dok je iz redova vanjskih stručnjaka imenovana Nina Tepeš.

**KOMISIJA ZA IMENOVANJE I NAGRAĐIVANJE** predlaže kandidate za članstvo u Upravi, Nadzornom odboru i rukovodeći kadar kompanije te predlaže sadržaj ugovora sa članovima Uprave te strukturu njihova nagrađivanja i nagrađivanja članova Nadzornog odbora. Komisiji predsjedava Aleksandar Pekeč, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Lars Peter Elam Håkansson, dok je iz reda vanjskih stručnjaka imenovan Zoran Sušanj.

**KOMISIJA ZA REVIZIJU** detaljno analizira financijske izvještaje, pruža podršku računovodstvu Društva te uspostavlja dobre i kvalitetne interne kontrole u Društvu. Prati integritet financijskih informacija, a osobito ispravnost i konzistentnost računovodstvenih metoda koje koristi Društvo i Grupa kojoj pripada, uključivši i kriterije za konsolidaciju financijskih izvješća društava koja pripadaju Grupi. Također, zadaća Komisije je praćenje kvalitete unutarnjeg sustava kontrole i upravljanja rizicima, s ciljem da se glavni rizici kojima je društvo izloženo na odgovarajući način identificiraju i javno objave te da se njima na odgovarajući način upravlja. Komisijom je predsjedala Lada Tedeschi Fiorio, iz reda članova Nadzornog odbora imenovan je Franz-Josef Flosbach, dok je iz reda vanjskih stručnjaka imenovan Marko Lesić.

Članovi predmetnih Komisija, koji nisu ujedno i članovi Nadzornog odbora, za svoj rad i doprinos funkcioniranju Nadzornog odbora Atlantic Grupe u 2017. godini ostvarili su pravo na naknadu u ukupnom bruto iznosu od 45.849,76 kuna.



## Uprava Atlantic Grupe

Upravu Atlantic Grupe čine Predsjednik i Potpredsjednici Grupe. Tijekom 2017. godine održano je četrnaest sjednica Uprave. Uprava Atlantic Grupe djeluje u sljedećem sastavu:



### EMIL TEDESCHI

PREDSJEDNIK  
UPRAVE

**EMIL TEDESCHI** je osnivač i većinski vlasnik Atlantic Grupe. Dobitnik je brojnih priznanja struke i medija, a 2010. godine dobitnik je odlikovanja Predsjednika Republike za posebne zasluge u gospodarstvu. Sudjelovanjem u radu Nacionalnog parlamentarnog odbora za praćenje pregovora bio je aktivno uključen u proces približavanje Hrvatske Europskoj uniji. Bio je član Gospodarsko-socijalnog vijeća, od 2005. do 2007. godine izvršavao je dužnost Predsjednika Hrvatske udruge poslodavaca, a od 2010. do 2015. bio je član je Savjeta za gospodarstvo Predsjednika Republike. Počasni je konzul Irske u Republici Hrvatskoj, član Trilateralne komisije te je član INSEAD Alumni udruženja, Programskog vijeća Zagrebačke škole ekonomije i menadžmenta, Poslovnog savjeta Ekonomskog fakulteta u Ljubljani, Savjeta Sveučilišta u Rijeci i Vijeća povjerenika Moskovskog državnog instituta za međunarodne odnose.



### MLADEN VEBER

STARIJI POTPREDSJEDNIK UPRAVE  
ZA OPERATIVNO POSLOVANJE

**MLADEN VEBER** se Atlanticu pridružio 1996. godine na mjestu direktora Distribucijskog centra Rijeka, a kao generalni direktor Ataca (partnerske tvrtke u BiH) dao je ključan doprinos u njegovom razvoju u jednog od vodećih distributera u BiH. U srpnju 2001. godine imenovan je za potpredsjednika Atlantic Trade-a zaduženog za upravljanje robnim markama i međunarodna tržišta. 2006. godine je izabran za starijeg potpredsjednika nadležnog za operativno poslovanje Atlantic Grupe. Od 2001. godine član je Vijeća udruženja trgovine Hrvatske Gospodarske Komore. Predsjednik je Uprave Košarkaškog kluba Cedevita. Diplomirao je na Fakultetu strojarstva i brodogradnje Sveučilišta u Zagrebu, a usavršavao se na poslovnoj školi IEDC Bled.



## NEVEN VRANKOVIĆ

POTPREDSJEDNIK UPRAVE  
ZA KORPORATIVNE AKTIVNOSTI

**NEVEN VRANKOVIĆ** se Atlantic Grupi pridružio 1998. godine na mjestu izvršnog direktora za korporativne aktivnosti. Od 2001. godine preuzima nadležnost za aktivnosti Atlantic Grupe u području spajanja i preuzimanja, a 2002. godine je imenovan potpredsjednikom za Korporativne aktivnosti. Poslovna iskustva stjecao je radeći u pravnom odjelu Bergen Banke u Norveškoj te kao karijerni diplomat u hrvatskim veleposlanstvima u Washingtonu i Beogradu. Bio je član Radne skupine za pripremu pregovora o pristupanju Republike Hrvatske Europskoj uniji za poglavlje 6. – Pravo trgovačkih društava. Diplomirao je na Pravnom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu, a magistrirao na Washington College of Law u SAD-u. Dodatna stručna znanja iz područja spajanja i akvizicija stjecao je na poslovnoj školi INSEAD u Francuskoj.



## ZORAN STANKOVIĆ

POTPREDSJEDNIK  
ZA FINANCIJE

**ZORAN STANKOVIĆ** se Atlantic Grupi pridružuje u veljači 2007. godine na mjestu potpredsjednika za Financije. Prethodno je tri godine proveo u Plivi na mjestu Direktora kontrolinga Grupe zaduženog za koordinaciju i nadzor financijskog poslovanja Plivine mreže kompanija u zemlji i inozemstvu. Prije dolaska u Plivu od 1995. do 2003. godine je radio u Arthur Andersenu i Ernst & Youngu kao stariji menadžer za reviziju zadužen za velike klijente. Član je međunarodnog udruženja The Association of Chartered Certified Accountants. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.



## POLITIKA NAGRAĐIVANJA ČLANOVA UPRAVE

Ugovorom o obavljanju poslova člana Uprave, odnosno ugovorom o radu za članove Uprave koji su u radnom odnosu u Atlantic Grupi definirana su **prava i obaveze članova Uprave** po osnovi obnašanja funkcije člana Uprave, i to:

- **mjesečna plaća** članova Uprave, utvrđena u bruto iznosu,
- **godišnji dodatak** (bonus naknada) za godine važenja ugovora, utvrđen u određenom postotku od ostvarene osnovne godišnje bruto plaće i naknade po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava. Isplata godišnjeg dodatka uvjetovana je ostvarenjem planiranih rezultata poslovanja u iznosu od najmanje 95% plana EBT konsolidirane Atlantic Grupe za poslovnu godinu. Pod pretpostavkom ispunjenja ugovornih kriterija, članovima Uprave se isplaćuje iznos ostvarene bonus naknade kroz Opcijski program stjecanjem vlastitih dionica Atlantic Grupe, a dio se zadržava kroz Program lojalnosti, te se isplaćuje u novcu nakon 3 godine. Predsjedniku Uprave cjelokupan iznos bonus naknade isplaćuje se u novcu.
- **polica životnog osiguranja** koju za članove Uprave ugovara Atlantic Grupa kod respektabilnih osiguravajućih društava u Republici Hrvatskoj s godišnjom premijom od 8.250 kuna,
- **polica osiguranja osoba od posljedica nesretnog slučaja** (nezgode) s godišnjom premijom od 8.300 kuna,
- **dobrovoljno zdravstveno osiguranje** u koji sustav su uključeni članovi Uprave, čime im Atlantic Grupa, kao ugovaratelj osiguranja, uz godišnju premiju od 7.500 kuna po osobi, omogućava kvalitetan zdravstveni tretman kroz godišnji sveobuhvatni sistematski pregled, sve potrebne specijalističke i medicinske pretrage uz primjenu suvremenih i najučinkovitijih medicinskih aparata i opreme, u specijaliziranim poliklinikama kod vrhunskih zdravstvenih stručnjaka,
- **pravo na korištenje službenog automobila**, pravo na naknadu svih troškova koje član Uprave ima u obavljanju svoje funkcije.

Svi članovi Uprave imaju menadžerske ugovore koji obuhvaćaju čitav **niz obvezujućih odredbi**, ali i onih stimulativnih kako slijedi:

- **poslovna tajna** – članovi Uprave su obvezani na zaštitu poslovne tajne društva za vrijeme i nakon prestanka radnog odnosa, bez obzira na razloge prestanka radnog odnosa. Obveza čuvanja poslovne tajne uključuje i poslovne tajne povezanih društava Atlantic Grupe d.d.,
- **zabrana natjecanja** – obvezuje člana Uprave u periodu godine dana od dana isplate otpremnine, ako mu se ona isplaćuje,

- **ugovorna kazna** – u slučaju kršenja zabrane takmičenja, član Uprave je u obvezi platiti ugovornu kaznu u iznosu dvanaest prosječnih mjesečnih neto plaća isplaćenih članu Uprave u tri mjeseca prije prestanka ugovora,
- **zabrana sudjelovanja člana Uprave u vlasničkoj i/ili upravljačkoj strukturi**, bilo direktno ili indirektno, u bilo kojem društvu koje je u tržišnoj utakmici s Atlantic Grupom i povezanim društvima, odnosno u društvu s kojim Atlantic Grupa i povezana društva ostvaruju poslovnu suradnju, kao i da u takvim društvima djeluje kao savjetnik ili konzultant, bez obzira da li je za isto plaćen ili ne,
- **obavljanje ostalih aktivnosti člana Uprave**, osim onih koje obavlja za povezana društva Atlantic Grupe, bez obzira da li za te aktivnosti prima naknadu ili ne, uključivo i članstvo u nadzornim odborima, savjetodavnim tijelima i sl., može obavljati isključivo temeljem prethodnog odobrenja Uprave društva Atlantic Grupe,
- **radni odnos, trajanje ugovora i otkazni rokovi** – članovi Uprave zasnivaju radni odnos na neodređeno vrijeme u Atlantic Grupi ili u njezinim povezanim društvima, a ugovor za obavljanje funkcije člana Uprave zaključuje se na period od 3 godine, s mogućnošću otkaza u skladu sa zakonom predviđenim rokovima,
- **otpremnina** – ugovorena otpremnina u iznosu dvanaest (12) prosječnih mjesečnih bruto plaća člana Uprave i bruto naknada po osnovi članstva u nadzornim odborima povezanih društava isplaćenih članu Uprave u tri mjeseca prije prestanka ugovora. Obveza isplate otpremnine nastaje u slučaju otkazivanja ugovora za vrijeme njegova važenja od strane Atlantic Grupe, osim ako se ugovor ne otkazuje iz razloga uvjetovanih skrivljenim ponašanjem člana Uprave.

U 2017. godini članovi Uprave Atlantic Grupe d.d., su po osnovi plaće i naknade za članstvo u nadzornim odborima operativnih društava te godišnjeg bonusa, zaprimili ukupan bruto iznos od 18.813.311,57 kune. Od navedenog iznosa, Predsjednik Uprave Emil Tedeschi je u 2017. godini po osnovi plaće, naknade za članstvo u Nadzornom odboru operativnih društava te godišnjeg bonusa zaprimio bruto iznos od 4.357.785,72 kune.

## STRATEŠKO POSLOVNO VIJEĆE

Strateško poslovno vijeće, od njegova osnivanja početkom 2012. godine, djeluje kao multifunkcionalno tijelo koje raspravlja o vitalnim strateškim i operativnim korporativnim pitanjima, analizi poslovanja, definiranju prioriteta, nadzoru strateških planova, te koordinaciji između organizacijskih cjelina i donošenju ključnih odluka. Članove Vijeća čine: Predsjednik Uprave, Stariji Potpredsjednik Grupe za Operativno poslovanje, Potpredsjednik Grupe za Financije, Potpredsjednik Grupe za Korporativne aktivnosti, Potpredsjednik za Distribuciju, Potpredsjednik za Poslovni razvoj i strategiju, Glavni Direktori Upravljanja mrežom distributera, Strateških poslovnih područja, Strateških distribucijskih područja, Izvršni direktor Poslovnog područja Gourmet, Stariji izvršni direktori Korporativnih pravnih poslova, osiguranja kvalitete i upravljanja imovinom, Transformacije i informacijske tehnologije, Upravljanja korporativnim ključnim kupcima, Generalni tajnik, te Izvršni direktori Centralne nabave, Korporativnih ljudskih resursa i Korporativnog kontrolinga.

## POSLOVNI ODBORI

**ODBOR ZA INVESTICIJE** pomaže Upravi pružanjem stručne analize i mišljenja za strateške odluke o akvizicijama kompanija, brendova, dijelova poslovanja ili prodaje postojećih organizacijskih dijelova poslovanja te svih pojedinačnih investicijskih projekata vrijednosti veće od 2 milijuna eura. Odbor za investicije vodi Potpredsjednik za Poslovni razvoj i strategiju, a članovi su Direktor Interne revizije i kontrole i Direktor Korporativne riznice.

**ODBOR ZA DRUŠTVENU ODGOVORNOST** doprinosi implementaciji načela održivoga razvoja u svakodnevnom poslovanju na način da prati stanje u kompaniji i pokreće inicijative za unapređenje društveno odgovornog poslovanja. Odbor za društvenu odgovornost vodi Generalni tajnik Društva, a članovi su Izvršni direktor Korporativnih ljudskih resursa, Direktor Korporativnih komunikacija i Direktor Korporativnog upravljanja kvalitetom.

## INTERNA REVIZIJA U 2017. GODINI

Korporativna interna revizija Atlantic Grupe izvršava funkciju neovisne revizije i kontrole te informira menadžere kroz sveobuhvatna izvješća o provedenoj reviziji (nalazi i prijedlozi poboljšanja). Interna revizija odgovorna je za procjenjivanje razine upravljanja rizicima u poslovnim procesima, revidiranje efikasnosti sustava internih kontrola sa svrhom unapređenja upravljanja rizicima i usklađenosti s procedurama, ispitivanje i analiziranje usuglašenosti postojećih poslovnih sustava s usvojenim politikama, planovima, procedurama, zakonima i pravilima koji mogu imati značajan utjecaj na poslovna izvješća. Zadužena je da preporučuje preventivne mjere u području financijskog izvješćivanja, usklađenosti, poslovanja i kontrole u cilju otklanjanja rizika i eventualnih nedostataka koji bi mogli voditi do neučinkovitosti procesa ili prijevornih postupaka. Interna revizija o svom radu i planu revizije informira Revizorski odbor, a nalazi i preporuke pomažu menadžmentu u poboljšavanju procesa, preventivnom eliminiranju potencijalnog rizika ili svodenju rizika na prihvatljivu razinu.

U 2017. godini je realizirano 14 revizija u sljedećim područjima: distribuciji i logistici u maloprodajnom i HoReCa prodajnom kanalu, marketingu, proizvodnim i prodajnim društvima Grupe u Makedoniji, Austriji i Srbiji, u kojima nisu uočene značajne nepravilnosti.





## Sponzorstva i donacije (društveno odgovorno poslovanje)

Društveno odgovorno poslovanje u svom širem smislu odrednica je djelovanja Atlantic Grupe. Kroz sponzorstva i donacije kompanija nastoji promovirati vrijednosti koje dijeli sa svojim društvenim okruženjem, a to su strast, odgovornost i rast. Pregršt je aktivnosti i potpora kojima je kompanija lani poduprla razne udruge, organizacije i akcije, a u pregledu donosimo dio njih.

### SPORT

- PLANICA SKI JUMP
- B2B UTRKA
- KHL MEDVEŠČAK
- KK CEDEVITA
- VK JADRAN
- KK BOSNA
- STREET WORKOUT

### KOŠARKA

Atlantic Grupa aktivno je uključena u promoviranje košarke kao važnog sporta od nacionalnog interesa dovodenjem sve boljih igrača i trenera. Ponosni smo sponzori Košarkaškog Kluba Bosna, a perjanica svih Atlanticovih sponzorstava nastavlja biti Košarkaški Klub Cedevita koji je ove godine osvojio četvrti uzastopni naslov prvaka Hrvatske. Ono što je posebno važno i na čemu se gradi uspjeh ovog projekta je posebna podrška Atlantic Grupe u financiranju, organizaciji i upravljanju Košarkaške akademije kluba koja okuplja preko 1.000 djece. Klub i Akademija aktivno rade u 24 škole košarke u zagrebačkim osnovnim školama, osiguravajući tako budućnost ovog sporta jednako kao i mogućnost zdrave i korisne aktivnosti u slobodno vrijeme. Zahvaljujući sponzorstvu Atlantic Grupe, kao i naporima za okupljanjem dodatnih sponzora oko Košarkaškog Kluba Cedevite, Klub je danas jedna od najperspektivnijih momčadi u hrvatskoj i regionalnim ligama te redovni sudionik europskih natjecanja.



# 1.000

DJECE OKUPLJA  
KOŠARKAŠKA  
AKADEMIJA KLUBA

# 24

ŠKOLE KOŠARKE  
U ZAGREBAČKIM  
OSNOVNIM ŠKOLAMA  
U KOJIMA AKTIVNO RADE  
KLUB I AKADEMIJA

## OSTALI SPORTOVI

Atlantic Grupa tradicionalno sponzorira Skijaški savez Slovenije – alpsku i nordijsku reprezentaciju, a već dugi niz godina i natjecanje u skijaškim skokovima na Planici, podržavajući rad uspješnih skijaša. Ipak, podrška skijanju ne završava nakon skijaškog kupa. Poseban Cocktin pokal, cjelogodišnji natjecateljski sustav omogućava mladim skijašima da skupljaju iskustvo i bruse svoju skijašku vještinu za nove pobjede.



VIŠE OD

# 50

MALIH KOŠARKAŠA  
OBIŠLO ARGETIN  
POGON U HADŽIĆIMA



Mladi sudionici Argeta Junior Kids lige imali su priliku posjetiti Argetu u Hadžićima (Bosna i Hercegovina) i iz prve ruke otkriti tajne proizvodnje svojih najdražih proizvoda Argete. Početkom 2017. godine se u Argetin pogon ušuljalo više od 50 malih košarkaša, a zajedno sa svojim trenerima su obišli proizvodni pogon te uz stručno vodstvo upoznali se s načinom rada tvornice i njenim zaposlenicima.



VIŠE OD

# 1300

ATLANTIKOVACA IZ  
DEVET ZEMALJA  
SUDJELOVALO NA  
ŠESTOM DANU  
VRIJEDNOSTI



## DAN VRIJEDNOSTI (VALUE DAY)

Šesti po redu Dan vrijednosti (Value Day) Atlantic Grupe još jednom je premašio sva očekivanja i pokazao kako vrijedni Atlantikovci složnim timskim radom, neiscrpnom pozitivnom energijom, humanitarnim zalaganjem i velikom voljom ostavljaju pozitivan trag i žive svoje korporativne vrijednosti. Na više od 60 različitih aktivnosti u devet zemalja sudjelovalo je više od 1.300 Atlantikovaca koji su se strastveno, kreativno i odgovorno trudili i pomagali lokalnim zajednicama, ali i jedni drugima kroz različite vidove pomoći, uređenje radnih lokacija, okoliša, sadnju biljaka, bojanja i čišćenja, te davanja krvi. Zbog toga je u okviru Osme međunarodne konferencije o društveno odgovornom poslovanju CSR Forum Srbija – Atlantic dobio nagradu za korporativno volontiranje. Nagrada za korporativno volontiranje uspostavljena je 2011. godine u suradnji s međunarodnim partnerima CSR Europe i BITC u sklopu obilježavanja europske godine volontiranja, kao dio šire inicijative koja je realizirana u 23 europske zemlje.

**SVAKI DAN JE VALUE DAY** – U 2017. je implementiran „Program za dušu” koji podupire humanitarna djela zaposlenika, ne samo za Value Day, već kroz cijelu godinu. Atlantic Grupa shvaća važnost zajednice u kojoj djeluje i podržava dobra djela svojih zaposlenika koja utječu na dobrobit naše zajednice i predstavljaju naše korporativne vrijednosti:

**DONACIJE** – Jedna od mogućnosti aktivnog stvaranja pozitivnih vrijednosti je donacija za one kojima je najpotrebnije. Za svaku financijsku potporu organizaciji koja je bila dijelom Dana vrijednosti, Atlantic Grupa sudjeluje u donaciji s dodatnih 50% od iznosa donacije.

**VOLONTIRANJE** – Prepoznavanje potreba zajednice i spremnost na aktivno djelovanje Atlantic Grupa podupire s dodatnim slobodnim danom. Naime, za svaka 2 dana volonterskog rada u organizaciji koja je bila dijelom Dana Vrijednosti, dobiva se dodatan slobodan dan za volontiranje.



# VALUE DAY EVERY



## KULTURA I ZNANJE

- 23. SARAJEVO FILM FESTIVAL
- ŠPANCIRFEST
- LEAP SUMMIT
- SEA STAR
- YAMMATOVO
- STEM REVOLUCIJA
- EXIT FESTIVAL



VIŠE OD

**2.280**

FILMO LJUBACA  
POGLEDALO JE FILM  
„DRUGA STRANA  
NADE“



Atlantic Grupa je i u 2017. godini podržala 23. Sarajevo film festival (SFF) kao centralnu kulturnu manifestaciju u regiji, ne samo kao sponzor Festivala nego i kao partner posebnog festivalskog projekta Sarajevo Grad filma. Projekt se s jedne strane brine o budućnosti mladih profesionalaca, s druge strane o budućnosti regionalne filmske industrije. Posebnost ove godine bila je da su ljubitelji dobrih filmova imali priliku jednim klikom osjetiti atmosferu i energiju Festivala, ali i zajedničkom projekcijom doprinijeti simboličnom povezivanju gradova cijele regije. Preko platforme [www.svismomiiizistogfilma.com](http://www.svismomiiizistogfilma.com), više od 2.280 filmoljubaca pogledalo je film „Druga strana nade“ koji je ove godine otvorio Festival, prije čega je već osvojio Berlinale. Film se prenosio na spomenutoj mrežnoj stranici, istovremeno s drugom projekcijom filma uživo u Sarajevu, omogućujući svima koji su željeli, a nisu mogli biti na Festivalu, da to ostvare barem na 98 minuta iz udobnosti vlastita doma. Kampanja „Svi smo mi iz istog filma“ ostvarile je odlične rezultate – samu stranicu posjetilo je čak 75.290 jedinstvenih korisnika, a popularnost među gledateljima doprinijela je titulu najveće gledanosti iz područja kulture na regionalnoj web platformi.



Atlantic Grupa je u 2017. godini podržala tzv. STEM revoluciju, najuspješniju dobrotvornu crowdfunding kampanju u Hrvatskoj koja za cilj ima podizanje digitalne pismenosti u hrvatskim školama. Na tim osnovama nastao je i projekt ProMikro, kojim je računalstvo i službeno uvedeno u osnovne škole. Konkretno, riječ je o donaciji Micro:bitova u više od 1000 obrazovnih ustanova – robota koji su posebni po tome što su izrazito jeftini, koriste se najmodernijim programerskim alatima, atraktivni su za upotrebu i s njima svako može programirati i stvarati kreativne projekte za doslovno 5 minuta. Ulaganje je to u budućnost i stvaranje komparativne prednosti naših školaraca u neminovno nadolazećim konkurentnim vremenima.

## HUMANITARNE AKTIVNOSTI

- **PLASTIČNIM ČEPOVIMA DO SKUPIH LIJEKOVA**
- **CRVENI KRIŽ**
- **DIJABETIČKO DRUŠTVO SISAK**
- **HUMANITARNI KONCERTI**
- **POZITIVNI FESTIVAL**

Zapošljavanje osoba s invaliditetom (ZOSI) projekt je kojim se Atlantic Grupa, među prvima u svom okruženju, uključila u proces koji uključuje pregled statusa i prilagođenosti radnih mjesta za potencijalno zapošljavanje osoba s invaliditetom pružajući im priliku ravnopravnog sudjelovanja u našoj profesionalnoj okolini. Atlantic Grupa je ovim projektom još jednom pokazala kako sudjeluje u projektima koji promoviraju, šire svijest i podižu razinu rasprave o pitanjima zapošljavanja osoba s invaliditetom. Ovo nije takav prvi projekt u kojem je Atlantic sudionik. Već godinama je partner Poslovnog dnevnika na projektu „Iskustvo zlata vrijedi” kojim svake godine omogućava praksu studentima s invaliditetom, pa je ovaj projekt samo logičan slijed s istim ciljevima i nastojanjima u Hrvatskoj, a s vremenom i u regiji.

Atlantic Grupa se u Srbiji pridružila akciji Marketing mreže pod nazivom #KampanjaNaDar, tako što je Banci hrane ustupila svoja tri billboarda da bi se javnosti uputio apel na uključivanje u borbu protiv gladi. U zasebnoj akciji Atlantic Grupa je Medicini rada Doma zdravlja Voždovac donirala dva klima uređaja, kako bi se olakšao rad ambulante u ljetnim mjesecima.

## ZDRAVLJE

„Sportaši i rekreativci u ljekarnama” bila je tema In Pharma stručnog skupa za magistre farmacije kojeg je u svibnju 2017. godine u Zagrebu posjetilo 180 farmaceuta. Farmacia je na ovom skupu predstavila svoje Sportsko savjetovalište te izazvala velik interes među magistrima koje su izmjerile svoje parametre na Gaia uređaju za analizu sastava tjelesne mase. Dodatno u 2017. je realiziran i projekt „Škole zdravog mršavljenja” Farmacie u sklopu Nutricionističkog savjetovališta u Ilici 11 u Zagrebu u suradnji s Vitamintekom. Škola je koncipirana kao program mršavljenja uz stručnu pomoć. Nutricionisti su izradili individualne jelovnike za svakog polaznika, a jelovnici su mijenjani u 3 navrata (3 x 14 dana) sukladno godišnjem dobu i osobnim potrebama.





# Održivi razvoj i zaštita okoliša u 2017. godini

Sustav upravljanja okolišem Atlantic Grupe koji se oslanja na standard ISO 14001, u 2017. godini doživio je osvježenje. Fokusirali smo se na razumijevanje konteksta organizacije i upravljanja rizicima te smo u tom smislu na području očuvanja i zaštite okoliša više pažnje posvetili proaktivnom pristupu.

Druga prekretnica koja je označila 2017. godinu, odnosi se na nadogradnju sustava upravljanja okolišem sustavom upravljanja energijom, s čime je energetska efikasnost došla u središte pažnje. Svoju usmjerenost k stalnim poboljšanjima na području energetske učinkovitosti i očuvanja okoliša potvrdili smo certifikatom po zahtjevima standarda ISO 50001 za naša operativna društva Cedevita d.o.o., Zagreb, Atlantic Trade d.o.o., Zagreb, te Droga Kolinska d.d., Ljubljana.

## POTROŠNJA ENERGIJE I VODE

Sistemski pristup upravljanja energijom u Atlantic Grupi obuhvaća proizvodne i distribucijske lokacije i integriran je u postojeće sustave upravljanja kvalitetom. Energetska politika Atlantic Grupe, u svrhu minimalizacije utjecaja korištenja energije na okoliš, odnosi se na:

- poticanje aktivnosti za povećanje učinkovitosti potrošnje električne energije i ostalih energenata na svim lokacijama AG,
- poštivanje optimalnih rješenja dizajna proizvoda i ambalaže u fazi razvoja proizvoda, što indirektno utječe na potrošnju energenata,
- nabavu energetske učinkovitih tehnologija,
- prenošenje najboljih internih praksi za poboljšanje energetske učinkovitosti između kompanija Grupe i
- poštivanje zakonskih zahtjeva vezanih na korištenje i potrošnju energije i njenu efikasnost.

Na području upravljanja energijom se pored uobičajenih aktivnosti zamjene postojeće rasvjete s LED rasvjetom, redovito ulaže u moderne tehnologije koje su ekološki prihvatljivije, tehnološki naprednije i energetske efikasnije.

Između značajnih poboljšanja koja su ostvarena u 2017. godini, možemo istaknuti unaprjeđenje mjerne opreme proizvodnog programa Slatko i slano na proizvodnoj lokaciji u Srbiji, unaprjeđenje na proizvodnom programu Delikatesni namazi u Bosni i Hercegovini, dok smo u Sloveniji na proizvodnim lokacijama Delikatesnih namaza i Kave u Izoli investirali u energetske informacijski sustav, renovaciju nadzornog sustava SCADA/HMI te sustav izvješćivanja i GSM alarmiranja.

## EKOLOŠKO PRIJATELJSKI PROIZVODI

Naša briga za ekološki prijateljske proizvode ugrađena je proces razvoja novih proizvoda. U projektiranju, planiranju i izradi novih proizvoda, veliku pažnju posvećujemo aspektu zaštite okoliša i održivog razvoja. S pažljivim izborom sirovina i ambalažnih materijala smanjujemo negativne utjecaje na okoliš tijekom cjelokupnog životnog ciklusa naših proizvoda. Kod izbora materijala za pakiranje, uz osiguranje integriteta proizvoda, razmatramo mogućnosti smanjenja količina ambalaže. Drugo područje razmatranja odnosi se na mogućnost upotrebe recikliranih i djelomično recikliranih materijala. Osim toga, redovito uzimamo u obzir i mogućnost korištenja povratne ambalaže i dizajniranja ambalaže koja omogućuje lako odvajanje ambalažnog otpada poslije upotrebe proizvoda.

Kao rezultat ovog pristupa, u proizvodni program Pića, kroz asortiman Cockta proizvoda, uveli smo upotrebu R-PET plastičnih boca izrađenih od 50% reciklirane plastike, zatim smo na proizvodima robne marke Donat Mg smanjili težinu termo rastezljive folije, dok smo na ambalaži Cedevite on-the-go smanjili težinu čepa.

Osim navedenog, kroz proizvodni program Delikatesnih namaza započeli smo s pilot projektom analize životnog ciklusa proizvoda (LCA – Life Cycle Assessment) s ciljem prepoznavanja prikladnih područja za smanjenje negativnih utjecaja na okoliš, čime smo napravili daljnji korak na razvojnem putu naše održivosti.

## OTPAD I OTPADNE VODE

Gospodarenje otpadom i dalje ostaje u fokusu Sustava upravljanja okolišem i energijom Atlantic Grupe. Pored redovitog educiranja zaposlenih u svrhu podizanja svijesti razdvajanja i recikliranja otpada ulažemo u odgovarajuću infrastrukturu, kako bi poboljšali uvjete za odvojeno sakupljanje otpada i smanjili količine komunalnog otpada na najnižu moguću razinu.

U proizvodnom pogonu Soko Štarka, uredili smo ekološko dvorište: izradili smo dodatni prostor za organski otpad, te postavili opremu za dodatno razdvajanje različitih vrsta otpada.

Na području brige o otpadnim vodama smo na proizvodnim lokacijama Soko Štarka u Beogradu i Ljuboviji, Palanačkog Kiseljaka i Foodlanda napravili pregled sustava za pročišćavanje otpadne vode od strane vanjskih konzultanata u cilju prepoznavanja područja za poboljšanje. Dobivene prijedloge mjera iskoristili smo kao podlogu za pripremu plana naših aktivnosti. Dodatno, na hrvatskom smo tržištu ulaganjem u neutralizaciju postigli optimizaciju rada biološkog sustava za pročišćavanje otpadnih voda i na ovaj način poboljšali naš utjecaj na okoliš.

## IZVJEŠČIVANJE U SKLADU S GRI NAČELIMA

Održivo upravljanje okolišem Atlantic Grupe se nastoji bazirati na dobro promišljenom i ekonomičnom korištenju prirodnih resursa, upotrebi ekološko prihvatljivih tehnologija u našoj proizvodnji, smanjivanjem otpada i racionalnom potrošnjom energije i vode. To nas dalje potiče na identifikaciju najboljih rešenja na području održivog razvoja. Svoja postignuća od 2014. godine transparentno predstavljamo u okviru objavljenih godišnjih izvješća u skladu s GRI načelima.

U okviru istih, u 2017. smo se posebno fokusirali na analizu i mjerenje ključnih pokazatelja utvrđenih na temelju inicijalno široke liste tema koje utječu na naše poslovanje ili naše dionike. Izvori za tu listu uključuju relevantna pitanja kojima se bave mediji, industrijske i sektorske pokazatelje, pitanja dionika postavljena u javnoj raspravi, interne dokumente i poslovnu strategiju. Razmatranje važnosti našeg ekonomskog, okolišnog i društvenog utjecaja pomoglo nam je da se fokusiramo na one aspekte koji donose najveću vrijednost za naše poslovanje i dionike u četiri glavna područja: ekonomski utjecaji, odgovornost za proizvode, odgovornost za radna mjesta i odgovornost za okoliš.



### **EKONOMSKI UTJECAJI**

- EKONOMSKI REZULTATI

### **ODGOVORNOST ZA PROIZVODE**

- ZDRAVLJE I SIGURNOST KUPACA
- OZNAČAVANJE PROIZVODA I USLUGA

### **ODGOVORNOST ZA RADNA MJESTA**

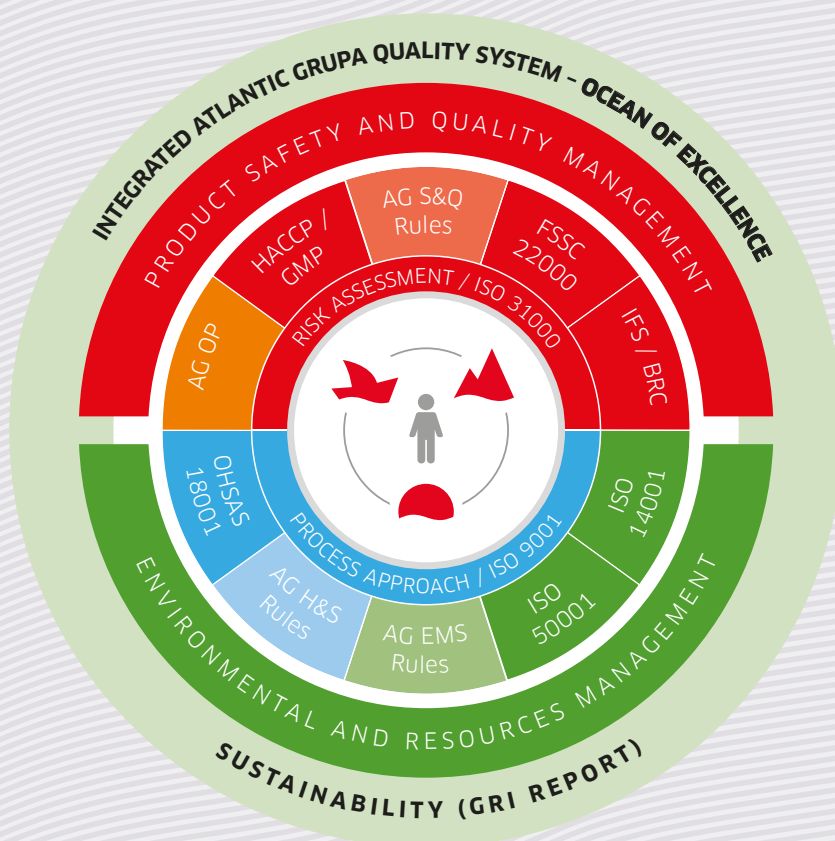
- ZAPOŠLJAVANJE
- ZDRAVLJE I ZAŠTITA NA RADU
- OSPOSBLJAVANJE I OBRAZOVANJE

### **ODGOVORNOST ZA OKOLIŠ**

- ENERGIJA
- BIORAZNOLIKOST
- OTPAD



## Integrirani **sustav upravljanja procesima** u 2017. godini



Nekoliko ključnih projekata iz područja upravljanja procesima obilježilo je 2017. godinu:

1. Recertifikacija Atlantic Grupe prema novoj verziji standarda 9001:2015 i 14001:2015 te implementacija i certifikacija Energetske učinkovitosti ISO 50001:2012
2. Završetak implementacije jedinstvene platforme za upravljanje nesukladnostima
3. Unaprjeđenje izvještavanja o efikasnosti sustava.

### 1. Recertifikacija Atlantic Grupe prema novoj verziji standarda 9001:2015 i 14001:2015 i certifikacija energetske učinkovitosti

Tijekom 2016. godine bili smo fokusirani na implementaciju novih zahtjeva prema standardima 9001 i 14001, prije svega na identifikaciju rizika i prilika te uvođenje novog standarda upravljanja energetsom učinkovitošću. Tako je u prvom kvartalu 2017. godine za cijelu Grupu potvrđena uspješna implementacija novih zahtjeva eksternom certifikacijom. Sustav upravljanja energetsom učinkovitošću uspješno je certificiran na korporativnoj razini odnosno u društvu Atlantic Grupa d.d., te u društvima Atlantic Trade d.o.o., Zagreb; Cedevita d.o.o., Zagreb i Droga Kolinska d.d., Ljubljana. Slijedom navedenog, naša obitelj certifikata u odnosu na prethodno razdoblje, u 2017. godini, postala je bogatija za novi ISO 50001 standard na osam lokacija.



Naši certifikati u 2017. godini:

PRAVNI SUBJEKT	TRŽIŠTE	STANDARD KVALITETE	STANDARD ZA SIGURNOST I KVALITETU HRANE	STANDARD ZA SIGURNOST HRANE	EKOLOŠKI STANDARD	EnMS	DOBRA PROIZVOĐAČKA PRAKSA
ATLANTIC GRUPA	HR	ISO 9001			ISO 14001	ISO 50001	
CEDEVITA (PLANINSKA)	HR	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	GMP (CL)
CEDEVITA (APATOVEC)	HR	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	
AMHR	HR	ISO 9001	IFS		ISO 14001		
APHC				HACCP			
NEVA	HR	ISO 9001	IFS		ISO 14001		ISO 22716
MONTANA	HR	ISO 9001		HACCP	ISO 14001		
FIDIFARM	HR	ISO 9001		HACCP	ISO 14001		GMP
ATLANTIC TRADE	HR	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	ISO 50001	
BIONATURA	HR			HACCP			
DROGA KOLINSKA (LJUBLJANA)	SLO	ISO 9001			ISO 14001	ISO 50001	
DROGA KOLINSKA (IZOLA)	SLO	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	
DROGA KOLINSKA (MIRNA)	SLO	ISO 9001		HACCP	ISO 14001	ISO 50001	
DROGA KOLINSKA (ROGAŠKA)	SLO	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001	ISO 50001	
ARGETA	BIH	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001		
KOFIKOM PRODUCT	BIH	ISO 9001			ISO 14001		
SOKO ŠTARK	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001		
SOKO ŠTARK LJUBOVIJA	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001		
PALANAČKI KISELJAK	SRB	ISO 9001		HACCP	ISO 14001		
GRAND PROM	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP	ISO 14001		
FOODLAND	SRB	ISO 9001	FSSC 22000	HACCP			
ATLANTIC BRANDS	SRB	ISO 9001		HACCP	ISO 14001		
ATLANTIC MULTIPower	NJEM	ISO 9001	IFS	HACCP	ISO 14001		
DROGA KOLINSKA (SKOPJE)	MAK	ISO 9001		HACCP	ISO 14001		
ATLANTIC TRADE (SKOPJE)	MAK	ISO 9001		HACCP	ISO 14001		

## 2. Završetak implementacije jedinstvene platforme za upravljanje nesukladnostima i unaprjeđenje izvještavanja o efikasnosti sustava

U prvom kvartalu 2017. godine završena je implementacije jedinstvene platforme za upravljanje nesukladnostima na razini cijele Atlantic Grupe. Sustav omogućuje izvještavanje u realnom vremenu po:

- kategoriji (riziku),
- procesu,
- izvoru,
- ocjeni efikasnosti korektivne mjera.

Navedena jedinstvena platforma omogućila je sustavni pristup rješavanju utvrđenim nesukladnostima tijekom 2017.:

Izvor	Broj nesukladnosti
Nesukladnosti utvrđene eksternim nadzorom	215
Nesukladnosti utvrđene internim nadzorom	205
Ostali izvori nadzora procesa	424

kao i sustavno praćenje efikasnosti implementiranih korektivnih mjera:

Ocjena efikasnosti korektivnih mjera	% nesukladnosti
Efikasno	88%
Djelomično efikasno	11%
Neefikasno	1%

Nova platforma za upravljanje nesukladnostima omogućila je u realnom vremenu praćenje rješavanja svake nesukladnosti na razini odgovorne osobe, te na razini nadređenih i korporativnih vlasnika procesa, koji omogućuje voditeljima nadzora direktan uvid u rezultate prethodnih postupaka nadzora, te status provedbe korektivnih mjera. Njome je uspostavljen redoviti mjesečni, polugodišnji i godišnji sustav izvještavanja koji omogućuje svim zainteresirani čimbenicima u procesu da na vrijeme uoče rizike i proaktivno upravljaju njima.

Uz navedeno, proveden je projekt redefiniranja ključnih pokazatelja (KPI) procesa proizvodnje te je implementiran sustav izvještavanja koji na mjesečnoj bazi omogućuje uvid u status ostvarenja proizvodnih KPI-jeva, sve u cilju boljeg praćenja trendova efikasnosti procesa proizvodnje.

Unaprjeđenje cjelokupnog izvještavanja rezultiralo je boljom komunikacijom unutar pojedinih cjelina kompanije, boljim modelima predviđanja, boljim upravljanjem rizicima i kvalitetnijim donošenjem odluka.

Naposlijetku, važno je istaknuti da je u 2017. projektom revizije ključnih ciljeva održivog razvoja, pokrenut i proces unaprjeđenja izvještavanja o održivom razvoju kompanije.

Sve navedene aktivnosti, tijekom 2017. godine, pratio je i kontinuirani rad stručnog osoblja iz ovog područja na unaprjeđenju vlastitih znanja i vještina u okviru organiziranog edukativnog programa pod nazivom Functional Lab Quality. Preko 3.000 polaznika sudjelovao je u različitim oblicima razvoja specifičnih znanja vezanih uz procesni pristup i sustave kvalitete kroz:

1. Konferenciju Upravljanja procesa
2. Konferenciju Kvalitete
3. Konferenciju Upravljanja okolišem
4. Konferencija Kvalitete u distribuciji
5. Dane internog nadzora Atlantic Grupe
6. Radionice nesukladnosti za osnovne korisnike
7. Različite tematske radionice.

## **Ljudski resursi** u 2017. godini





Glavni se strateški ciljevi odjela Ljudskih resursa odnose na izgradnju kulture visokog učinka („high-performing culture“) i poduzetničke kulture, razvoj izvrsnih lidera i angažiranih zaposlenika. Usklađivanje tih triju ciljeva osigurava se ključnim procesom upravljanja ljudskim resursima – planiranjem i upravljanjem svim aspektima ljudskih resursa organizacije, uključujući podatke/informacije o zaposlenicima i kadrovsku administraciju, regrutiranje, integraciju zaposlenika, razvoj zaposlenika, upravljanje učinkom, upravljanje talentima i karijerama, korporativnu kulturu, upravljanje beneficijama, nagrađivanje, zadržavanje, oblikovanje organizacijske strukture, obradu plaća i odnose se sindikatima.

Odjel Ljudskih resursa ima 54 zaposlenika na čelu s izvršnim direktorom korporativnih Ljudskih resursa, čija su glavna područja odgovornosti sudjelovanje u definiranju strateških smjernica i akcijskih planova, vodstvo, definiranje i dosljednost u formiranju korporativne kulture i identiteta, definiranje i izvršenje strateških projekata ljudskih resursa, pružanje podrške poslovanju, savjetovanje Uprave, cjelovita kontrola i praćenje troškova ljudskih resursa. Direktor je član Strateškog poslovnog vijeća (zajedno s drugim voditeljima poslovnih i korporativnih funkcija), svakodnevno komunicira s članovima Vijeća i Uprave te ih savjetuje o nizu tema i pitanja koja izravno utječu na zaposlenike.

Danas Atlantic Grupa samu sebe definira kao Ocean prilika. Na razini odjela Ljudskih resursa utvrdili smo svrhu i viziju Ljudskih resursa s detaljnim faktorima uspjeha koji će ih podržati. Svrha je „Osigurati našim zaposlenicima da naprave razliku, važnu za njih, našu kompaniju i društvo u cjelini“, vizija je „Biti ključni pokretač u kreiranju kulture visokog učinka Atlantic Grupe, s angažiranim zaposlenicima i izvrsnim liderima“, dok su faktori uspjeha Strateški partner (Strategic Partner), Vjerodostojni aktivist (Credible Activist), Usmjeren kupcima (Customer Driven) i Pouzdani stručnjak (Trustworthy Expert).

Odjel Ljudskih resursa doprinosi postizanju različitih dimenzija organizacijske učinkovitosti. Neke od najvažnijih dimenzija su zadobivanje i zadržavanje konkurentske prednosti, kao i poticanje pozitivne organizacijske kulture među svim zaposlenicima. Dobra i jaka korporativna kultura je ključni faktor koji dovodi to toga da je kompanija za svoje ljude i više nego „samo mjesto za rad“, da su proizvodi za korisnike i više nego „samo potreba“ te da je doprinos zajednici i društvu i više nego „samo donacija“. Stoga Atlantic Grupa naglasak stavlja na komunikaciju i promicanje korporativne kulture. Komunikacija se vodi različitim internim i vanjskim komunikacijskim kanalima (intranet, korporativna internet stranica, LinkedIn profil, pano i uredima itd.), kao i u okviru različitih inspirativnih programa te samom činjenicom da su svi procesi ljudskih resursa međusobno povezani te su u bliskom odnosu s vrijednostima kompanije.

Glavni strateški ciljevi su ključni strateški procesi planiranja ljudskih resursa kao što su: nagrađivanje i priznavanje, planiranje karijere, upravljanje kulturom i klimom, osobni razvoj, upravljanje talentima, regrutiranje, razvoj vodstva, upravljanje sposobnostima, upravljanje promjenama, upravljanje učinkom, upravljanje znanjem, organizacijska učinkovitost. Odjel Ljudskih resursa vlastitu učinkovitost već godinama mjeri upotrebom mjerila učinka („People Metrics“), pri čemu svake godine ostvaruje napredak.

Strateški projekt Fast Forward koji je u području Ljudskih resursa započeo 2016. godine razvijao se vrlo brzo tijekom 2017. godine. Dva projekta klastera PEOPLE rade na razvoju dodatnih strategija za osiguravanje nasljeđivanja talenata i zadržavanje zaposlenika te su proveli različite podprojekte usmjerene na potencijalna rješenja u tom području: Atlantic Tag (preporuke zaposlenika), proširenje otkrivanja talenata na cjelokupnu populaciju zaposlenika, Atlantic Alumni i program zadržavanja.

ODJEL LJUDSKIH  
RESURSA IMA**54**

ZAPOSLENIKA



Projekt otkrivanja i sukcesije talenata usmjeren je na upravljanje u područjima prepoznavanja, privlačenja i razvoja talenata. Cilj ovog projekta je osigurati stabilan i snažan kanal za priljev talenata u organizaciju. U sklopu ovog projekta sve su skupine talenata podijeljene u tri „klupe” – Rookies (mladi potencijali), Point Guards (ključne pozicije) i Coaches (SPV pozicije). Rezultati projekta podijeljeni su na tri stupa – privlačenje i angažiranje talenata, ubrzani razvoj talenata i analiza talenata.

Program zadržavanja nastao je kao rezultat želje da Atlantic Grupa pokaže vjernost svojim najboljim ljudima. Proizašao je iz razumijevanja da ne trebaju samo naši zaposlenici biti angažirani, već se i sama kompanija mora angažirati za svoje zaposlenike. Program zadržavanja oblikovan je u svrhu poticanja najboljih ljudi da se dugoročno zadrže kod nas kako bismo mogli održavati tekuću i buduću vrijednost poslovanja te gradili osobni uspjeh naših zaposlenika u skladu s rastom kompanije. Potpuno smo svjesni da je angažiranost ključna za uspjeh svakog radnog odnosa te da samo financijski poticaji nisu dovoljni. Tako se financijski poticaji pojačavaju jednako vrijednom paletom nefinancijskih poticaja koji su u okviru nove strategije zadržavanja usmjereni na stvarnu angažiranost u organizaciji. Program zadržavanja ima za cilj nagraditi zaposlenike na ključnim položajima koji imaju ne samo izvrstan radni učinak, već i potencijal za preuzimanje dodatnih poslovnih izazova. Program je pokrenut 2017. godine i sastoji se od nekoliko elemenata: programa vjernosti (shema odgođenih bonusa), opcije odsustva s posla zbog stručnog usavršavanja, opcija fleksibilnih beneficija, program brige za zaposlenike (podijeljen na tijelo i um, dušu i ravnotežu – odnos privatnog i poslovnog života).

U okviru Inicijative F2 odvija se Program za dušu (Program for the Soul) kojim se podupiru humanitarna nastojanja naših zaposlenika koja utječu na dobrobit naše zajednice i predstavljaju naše korporativne vrijednosti. Dan vrijednosti (Value Day) svim zaposlenicima nudi mogućnost da uzmu slobodan dan i sudjeluju u nekoj od brojnih humanitarnih aktivnosti. Međutim, dio programa posvećen duši omogućava stvaranje pozitivnih vrijednosti tijekom cijele godine. Atlantic Grupa razumije važnost zajednice u kojoj posluje te podupire dobra djela svojih zaposlenika tako što ih potiče da svojim humanitarnim naporima ostave pozitivan trag na društvo. Jedna od mogućnosti za stvaranje pozitivnih vrijednosti su donacije najpotrebitijima. Za svaku financijsku potporu organizaciji koja je bila dio Dana vrijednosti, Atlantic Grupa će osigurati i vlastitu donaciju. Prepoznavanje potreba zajednice i spremnost na djelovanje Atlantic Grupa podupire s dodatnim slobodnim danom. Točnije, zaposlenici će za svaka dva dana volonterskog rada u organizaciji koja je bila dio Dana vrijednosti dobiti dodatni slobodni dan za volonterski rad. Za prva dva dana Atlantic Grupa neće odobriti plaćeni odmor, već umjesto toga zaposlenik mora odabrati želi li volonterski rad obaviti preko vikenda ili iskoristiti dva dana godišnjeg odmora. Zaposlenici Atlantic Grupe svaki se dan imaju priliku prisjetiti kako malo napora može dovesti do vrijednih postignuća i učiniti njihovu zajednicu ljepšim mjestom za buduće generacije.



Atlantic Grupa svjesna je važnosti aktivnog vođenja brige o svojim zaposlenicima te stoga provodi novi Program ravnoteže (Balance Program) koji se temelji na stvaranju ravnoteže između privatnog i poslovnog života, odnosno posla i obitelji. Primjerice, naši zaposlenici koji su roditelji prvoškolaca imaju mogućnost uzeti slobodan dan za prvi dan škole.



Započinjemo novi i redizajnirani program Innowave u kojem je uveden niz noviteta. Avantura Innowave počinje u trenutku kada zaposlenik odluči pridonijeti razvoju Društva, što može dovesti do osobnog razvoja zaposlenika, kao i razvoja njegove karijere. Zaposlenik podnosi prijedlog inovacije na obrascu zahtjeva, nakon čega koordinator projekta ocjenjuje zaprimljene prijedloge te ih prosljeđuje članovima relevantnog odbora za ocjenjivanje. Još jedan novitet je Innowave Challenge koji za cilj ima dodatno motiviranje zaposlenika da pošalju svoje prijedloge koji su u okviru trenutnog fokusa poslovanja Društva. Sve realizirane ideje bit će nagrađene na isti način kao generičke inovacije. Dok potičemo zaposlenike na podnošenje prijedloga za generičke inovacije, prijedlozi koji se odnose na jednu od tema „challenge” programa imat će prednost pri izboru Ambasadora vrijednosti. Najuspješnije inovacije koje su prihvaćene i uvrštene u plan provedbe (ili su već provedene) podliježu konačnoj ocjeni glavnog odbora. Onaj tko je predložio najbolju inovaciju bit će pobjednik kategorije Val (Wave) u našem korporativnom programu Ambasadora vrijednosti.



Pokušali smo otići korak dalje te smo se, uz angažiranost zaposlenika, više fokusirali na doživljaj zaposlenika (Employee Experience). Doživljaj zaposlenika definira se kao zbroj različitih percepcija koje zaposlenici imaju o svojim interakcijama s organizacijom u kojoj rade. Kod doživljaja zaposlenika radi se o gledanju kroz oči naših zaposlenika, pritom uzimajući u obzir fizičko okruženje u kojem zaposlenici rade, alate i tehnologije koji im omogućavaju produktivnost te, prije svega, „vibru” koja se osjeti kada zaposlenici uđu kroz vrata te inspiraciju koju dobivaju od svojih kolega i rukovoditelja. Pronalaženje najboljih i najpametnijih talenata jedan je od najtežih zadataka s kojima se neko poduzeće suočava. Stoga smo uložili vrijeme i novac u izgradnju redizajniranog centralno vođenog postupka zapošljavanja. Taj smo novi alat upotrijebili kao pomoć pri pronalaženju, angažiranju i zapošljavanju najboljih talenata uz pružanje analitičkih informacija i smjernica u svakom koraku regrutiranja. Također smo pokrenuli nove intranet stranice koje pružaju praktične smjernice za sve uključene u postupak.

Najvažnija imovina kojom neko poduzeće ili organizacija raspolaže su ljudi. Prečaci u izgradnji vašeg tima možda mogu olakšati početne boljke, ali dugoročno stvaraju probleme. Pronalaženje najboljih ljudi koji se mogu uklopiti u našu kulturu i pridonijeti našoj organizaciji predstavlja i izazov i priliku. Nakon što ste ih pronašli, najbolje ljude lako je zadržati ako učinite prave stvari na pravi način.

Naša politika regrutiranja i selekcije temelji se na sljedećim načelima:

- jednako postupanje prema svima,
- pravednost postupka,
- odabir na temelju zasluga,
- poštovanje različitosti,
- etičko odlučivanje.

Smatramo da poštovanje ove politike neće samo osigurati pravedno postupanje prema svim kandidatima za zapošljavanje, već će i znatno povećati naše izgleda da osiguramo najbolje ljude za Atlantic Grupu. Osim toga, primjenjuje se i nekoliko novih pristupa, kao što je naš program internih preporuka Atlantic TAG.

**Ship is  
as good  
as its  
sailors.**





Program Atlantic TAG omogućuje zaposlenicima da prepoznaju one ljude s kojima su imali priliku profesionalno raditi i za koje znaju da bi se dobro uklopili u našu kompaniju – te da ih preporuča. Osim što će doprinijeti zajedničkom radu u dobroj kompaniji, preporuka će isto tako zajednicu u kojoj radimo učiniti boljim mjestom. Nagradujemo svaki osobni doprinos, što znači da će svatko čija preporuka dovede novog kolegu u naš tim biti nagrađen osobnim bonusom. Kompanija će isti iznos uložiti u Fond za talente (Talent Fund) iz kojeg ćemo zajednički dodjeljivati stipendije za razvoj mladih umjetničkih, sportskih i znanstvenih talenata u zajednicama u kojima Atlantic posluje.



Atlantic Grupa raste svakog dana i u svakom pogledu, pa tako raste i broj novih kolega koji nam se svakodnevno pridružuju. Kako bismo im pružili toplu dobrodošlicu, osmislili smo načine za jačanje njihovog umrežavanja s ostalim kolegama u obliku individualne prezentacije na zidu „Good Catch” (Dobar ulov). Svaki novi kolega koji nam se pridruži naći će svoje mjesto i dobiti priliku da se predstavi na jedinstven način kroz kratki prikaz samog sebe.



Kao dio kontinuirane edukacije i razvoja zaposlenika pokrenuli smo programe LEARN Summer School (Ljetna škola) i LEARN Back to School (Povratak u školu). Zaposlenici imaju priliku steći nova znanja i vještine iz različitih poslovnih područja.

## Informacijske tehnologije u 2017. godini



Razvoj informacijskih tehnologija u 2017. godini odvijao se u dva glavna smjera: u segmentu temeljne infrastrukture razvojem koncepta privatnog oblaka i sustavnim upravljanjem IT uslugama dok je u domeni informacijskih sustava uz već započeti program konsolidacije uvođenje novih tehnologija donijelo iskorak u konkurentnosti Grupe. Uz kadrovsko ojačavanje IT funkcije Grupe provedene aktivnosti i projekti označili su početak digitalne transformacije kompanije.

U području informatičke infrastrukture koncept privatnog oblaka realizira se kroz implementaciju grupne mreže za prijenos podataka velikog kapaciteta koja povezuje sve lokacije Grupe, razvojem redundantnih i konsolidiranih podatkovnih centara, harmonizacijom na razini virtualizacijske tehnologije te implementacijom grupnog koncepta informatičke sigurnosti.

Mreža za prijenos podataka realizirala se nakon provedenog natječaja za izbor grupnog tehnološkog partnera. Odabrano rješenje bazira se na Cisco tehnologiji te uključuje povezanost svih lokacija u jedinstvenu mrežu (WAN Wide Area Network) te bežični (WiFi) unificirani pristup za sve korisnike IT usluga, značajno proširenog kapaciteta i pokrivanja. U posebnom natječaju odabran je i jedinstveni strateški partner Grupe za dobavu linkova za povezivanje svih Atlanticovih europskih poslovnih lokacija. Novi linkovi su značajno povećanog kapaciteta i krajem godine sukladno planu završeno je 75% implementacija.

Krajem godine završena je kompletna izgradnja drugog redundantnog podatkovnog centra Grupe čime su stvoreni preduvjeti za implementaciju potpune redundancije i DR (disaster recovery) funkcionalnosti sukladno strateškim odrednicama u području podatkovnih centara. Implementirano je jedinstveno grupno rješenje za pohranu podataka te je odabrano konsolidirano grupno rješenje za poslužiteljsku infrastrukturu. Spomenuta rješenja bazirana su na Hewlett Packard Enterprise tehnologiji uz značajno povećanje kapaciteta sukladno potrebama i razvojnim planovima.

Harmonizacija u domeni virtualizacijske tehnologije realizira se kroz projekt zamjene heterogene virtualizacijske okoline poslužiteljske infrastrukture grupno odabranim jedinstvenim rješenjem baziranim na VMware tehnologiji.

Područje informacijske sigurnosti dodatno je osnaženo organizacijskim i tehničkim mjerama a krajem godine završena je implementacija objedinjenog sustava za upravljanje, korelaciju i nadzor događaja u području informacijske sigurnosti.

Upravljanje IT uslugama unaprijedeno je puštanjem u rad sustava za upravljanje IT uslugama (IT Service Management). Sustav se koristi na razini cijele Grupe i temelji se na najboljim industrijskim praksama i ITIL procesima. Implementacija je podijeljena u više koraka, a završetkom prve faze u trećem kvartalu 2017. pokriveni su i digitalizirani osnovni procesi upravljanja IT korisničkim zahtjevima i incidentima uz početnu fazu rada jedinstvenog Grupnog centra za informatičku podršku.

Implementacija grupne podatkovne mreže omogućila je i povećanje efikasnosti kroz napredne komunikacijske sustave. Tako je sredinom godine implementiran videokonferencijski sustav visoke razlučivosti slike i zvuka kojim su povezane glavne lokacije grupe te smanjene potrebe za putovanjima i poboljšana kolaboracija te osnažene grupe funkcije upravljanja.

U segmentu IT sustava za poslovnu podršku 2017. je obilježena djelovanjem u dva glavna smjera - konsolidacijom IT sustava na razini Grupe i uvođenjem novih tehnologija.

Glavni cilj konsolidacije je unifikacija tehnološke platforme, čime se stvaraju preduvjeti za standardizaciju poslovnih procesa, a proces se provodi ili unifikacijom već postojećih platformi ili izborom jedinstvenog grupnog rješenja kod uvođenja novih IT sustava. Konsolidacijske aktivnosti su zahvatile sve segmente kompanije, a kao najvažnije izdvajamo: projekt nadogradnje WMS (Warehouse Management System) rješenja u distribucijskoj tvrtki u Srbiji, čime je ovaj sustav ujednačen sa sustavom u Hrvatskoj, projekt nadogradnje na grupni standard IT sustava u tvornici Argeta u BiH, uvođenje korporativne platforme za prikupljanje podataka i izvještavanje na IBM-ovoj tehnologiji za sve članice Grupe, projekt uvođenja grupnog DMS (Document Management System) rješenja za upravljanje digitalnim dokumentima, koje je uspješno implementirano na tržištima Hrvatske, Srbije, Austrije, Njemačke, BiH i Makedoniji čime je omogućeno upravljanje ulaznim fakturama, ugovorima i poštom u svim tvrtkama u sastavu Atlantic Grupe te implementaciju grupnog IT rješenje za upravljanje marketinškim troškovima za slovensko tržište.

Uvođenjem novih tehnoloških rješenja podižemo razinu konkurentnosti Atlantic Grupe kroz povećanje operativne efikasnosti ili otvaranje novih područja djelovanja. Takve aktivnosti provodimo u sklopu ukupne digitalne transformacije Grupe s posebnim naglaskom na računarstvo u oblaku i kognitivno računarstvo s elementima tzv. umjetne inteligencije. Kao najistaknutije primjere izdvajamo: korištenje napredne kognitivne analitike u raznim područjima poslovanja, za što je korišten je IBM-ova platforma Watson, implementaciju SAP-ovog Success Factors Cloud rješenja za upravljanje zapošljavanjem, čime je otvorena mogućnost korištenja najboljih svjetskih praksi i praćenja svih tehnoloških trendova u procesu zapošljavanja, odabir SAP-ovog Hybris rješenja za digitalni marketing čime je osigurana tehnološka osnova za provođenje Atlanticove strategije orijentacije na bolje razumijevanje potreba krajnjeg potrošača te implementaciju glasovne komunikacije radnika s računalom za upravljanje procesima u centralnom distribucijskom skladištu u Zagrebu čime smo značajno podigli efikasnost logističkih operacija.

2017. je bila godina značajnog razvoja informacijskih sustava Atlantic Grupe. Na tom tragu temelje se i planovi za naredno razdoblje u kojima će tehnološke investicije pridonijeti njezinoj digitalnoj transformaciji.



## Strateška poslovna područja i Poslovna područja

Unutar Strateških poslovnih područja i Poslovnih područja proizvode se i razvijaju brendovi koji su kroz stalan razvoj novih i inovacije postojećih proizvoda osigurali značajne tržišne pozicije ne samo u Hrvatskoj i regiji, već i na tržištima Europske unije i ZND-a. Poslovna područja uključuju šest Strateških poslovnih područja – Pića, Kava, Slatko i slano, Delikatesni namazi, Zdravlje i njega, Sportska i aktivna prehrana te dva Poslovna područja – Dječja hrana i Gourmet.



**MLADEN VEBER**STARIJI POTPREDSJEDNIK UPRAVE  
ZA OPERATIVNO POSLOVANJE



## Izjava starijeg potpredsjednika Uprave za operativno poslovanje

**ATLANTIC GRUPA** je završila 2017. kao još jednu godinu izvrsnih poslovnih rezultata, ne samo kao vodeći proizvođač robe široke potrošnje u jugoistočnoj Europi, već i kao distributer sa snažnom prisutnošću na tržištima Hrvatske, Srbije, Slovenije i Austrije. Poslovanje u 2017. godini obilježeno je rastom prihoda od vlastitih brendova u svim poslovnim područjima osim sportske prehrane, kao i ugovorima s novim principalima. Pojačanom suradnjom s ostalim ključnim kupcima prevladali smo krizu najvećeg regionalnog maloprodajnog trgovačkog lanca, a zahvaljujući strogoj kontroli, potencijalni rizici vezani uz navedeni trgovački lanac svedeni su na minimum.

Prodajom dvaju tvornica u okviru Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana (lociranih u njemačkom Bleckedeu i Novoj Gradišci) belgijskom Aminolabsu, kraju je privedeno restrukturiranje navedenog područja, a sredstva proizašla iz transakcije korištena su za daljnje smanjenje zaduženosti. Atlantic Grupa ovom transakcijom fokus u potpunosti prebacuje na vlastite brendove i razvoj distribucije.

Sa stajališta distribucije, nastavili smo sa značajnim ulaganjima u regionalna i zapadnoeuropska tržišta, kako bi osigurali daljnji razvoj naše snažne distribucijske mreže. Zahvaljujući dobrim rezultatima Austrija će u 2018. godini postati posebno distribucijsko područje, dok ćemo tržište Njemačke, koje i dalje ostaje u središtu naših internacionalizacijskih nastojanja, nastaviti osvajati s pouzdanim lokalnim distribucijskim partnerima. Razvoju distribucije doprinosi donošenje i ugovori s novim principalima, od kojih vrijedi istaknuti ugovor s Red Bullom za tržište Srbije te ugovor s Marsom za tržište Hrvatske.

Obećavajuću suradnju Atlantic Grupa je ostvarila s novim proizvodnim partnerom sa značajnim iskustvom u proizvodnji mesnih namaza, američkim poduzećem „Brother&Sister”, koji je na temelju naše recepture započeo s proizvodnjom dva okusa pileće Argete za tržišta Sjedinjenih Američkih Država i Kanade. Zbog strogih propisa koji su onemogućavali uvoz mesnih Argeta na navedena tržišta, potrošači su mogli uživati samo u Argeti od lososa i Argeti od tune. S navedenim proizvodima očekujemo osvajanje značajnog udjela u etno segmentu.

Atlantic Grupa je nastavila rad na jačanju vlastitih brendova i to inovacijama, redizajnom postojećeg portfelja, lansiranjem brojnih novih proizvoda te ekstenzijama postojećih uz istovremenu strogu kontrolu troškova i pojačanu brigu za profitabilnost kompanije. U suradnji s Institutom Ruder Bošković pokrenuli smo novi projekt razvoja niskokaloričnog funkcionalnog pića, za koji su nam odobrena bespovratna sredstva od 10 milijuna kuna iz EU fondova, ciljana za poticanje zahtjevnih istraživačko-razvojnih aktivnosti. Uz brojna osvojena priznanja i nagrade, izvrsna 2017. godina otvara svijetlu perspektivu za 2018. godinu.



## Strateško poslovno područje

### Kava

Strateško poslovno područje Kava (SPP Kava) i ove se godine uspješno izborilo sa svim izazovima te je u svim segmentima kave zadržalo svoje vodeće pozicije na tržištima Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine te Makedonije. Atlantic Grupa i dalje ostaje vodeći proizvođač kave u regiji (ako gledamo samo tradicionalnu kavu onda je i jedan od najvećih u Europi), u kojoj dominira potrošnja tradicionalne kave. Vodeća pozicija temelji se na snažnom portfelju proizvoda visoke kvalitete u kategorijama tradicionalne, instant i espresso kave, regionalnom „know-how“-u te fleksibilnoj organizaciji. Najznačajniji brendovi su Barcaffè, Grand kafa i Bonito. SPP Kava se ističe kao vodeće poslovno područje Atlantic Grupe koje je u 2017. godini prodalo 22.471 tonu kave, čime je ostvarilo 1.098,4 milijuna kuna prihoda od prodaje odnosno predstavlja 20,7% ukupnog prometa. Ključna tržišta su Srbija s 46,5% prihoda od prodaje i Slovenija sa 28,2% prihoda od prodaje, a slijede BiH (9,4%), Hrvatska (8,5%) i Makedonija (5,5% udjela u ukupnim prihodima). Ostvareni izvoz na preostala tržišta (Crna Gora, Kosovo itd.) u 2017. godini bilježi vrijednosni rast od 1,0% u odnosu na prethodnu godinu. Promatrano po kategorijama, najzastupljenija je tradicionalna kava sa 88,7% prodaje, espresso zauzima 7,3% prodaje, instant 2,7% i ostala kava 1,3%.

Tržište sirove kave u 2017. godini zabilježilo je najveći skok cijena u zadnje tri godine što je za posljedicu imalo značajan pritisak na profitabilnost SPP Kava. Usprkos složenoj tržišnoj situaciji, uspješno su zadržani i povećani vodeći tržišni udjeli na svim regionalnim tržištima. U Sloveniji je nastavljen trend pada mljevene i kave u zrnu, bez obzira na manji volumni pad prodaje, SPP Kava je ostvarilo 1,8% rast prihoda, čime je naš tržišni udio iznosio 71,2%. Na hrvatskom tržištu Barcaffè bilježi najveći tržišni udjel od lansiranja (volumni tržišni udio od 16,4%, a vrijednosni tržišni udio od 17,4%) odnosno rast od 4,3%. Na tržištu Srbije Atlanticovi brendovi zadržavaju dominantnu poziciju sa 53,1% tržišnog udjela. U Bosni i Hercegovini Grand kafa nastavlja jačati svoju vodeću poziciju u kategoriji tradicionalne kave s brendovima Grand kafa Gold i Grand Aroma. Na zahtjev potrošača i u 2017. godini nastavljen je program vjernosti „Vidim ti siguran dobitak“ koji je ostvario rekordan broj sudionika kao i rekordan broj podijeljenih darova. U Makedoniji Grand kafa je uspješno odolijevala pritiscima lokalne konkurencije koja je bila izuzetno cjenovno agresivna u 2017. godini u segmentu tradicionalne kave. Na kraju godine petomjesečna nagradna igra „Otvori i keš osvoji!“ osigurala je stabilizacije prodaje i dala adekvatan odgovor preferencijama lokalnih potrošača Grand kafe.



S obzirom na razvoj novih proizvoda te u skladu s vizijom da budemo uvijek prvi izbor potrošača u regiji, nastavljen je trend inoviranja i jačanja portfelja u 2017. godini. Ključna inovacija je Barcaffè D.O.T., nova sofisticirana linija proizvoda u kapsuli sa 3 proizvoda: espresso, cappuccino i caffè latte. Istraživanje tržišta je pokazalo da su potrošači bolje ocijenili Barcaffè D.O.T. u odnosu na lidera u kategoriji. Za espresso u kapsuli 59% potrošača preferira Barcaffè D.O.T., dok su za cappuccino rezultati još bolji s preferencijom Barcaffè D.O.T. od 75%. Nastavljen je dalji razvoj inovativne kategorije Black'n'Easy zauzimanjem glavnih prilika, odnosno razvoja konzumacije tradicionalne kave izvan doma. Nova kreativna platforma, s porukom „Gdje god poželiš“, pripremljena je na način da animira zaposlene ljude u dobi od 25 do 45 godina, koji su istodobno i najveći konzumenti Black'n'Easy kave. Rezultati nisu izostali te je u Srbiji u jednom mjesecu dosegnuto 16%, dok u Sloveniji čak 19% tržišnog udjela. Iz godine u godinu, prodaja ovog proizvoda neprestano raste te je u 2017. godini popijeno 25 milijuna šalica instant turske kave.

**barcaffè**
**grand**  
K A F A

*Bonito*  
prava kafa

~

# 22.471

TONA KAVE PRODANO  
U 2017. GODINI

# 1.098,4

MILIJUNA KUNA PRIHODA  
OD PRODAJE OSTVARILO  
JE SPP KAVA

~

Nastavno na razvoj novih trendova konzumacije, SPP Kava snažno razvija segment Barcaffè2Go, moderan i popularan koncept koji pruža slobodu kretanja, zajedno s izvrsnom kvalitetom Barcaffè espresso kave. U 2017. godini smo u ponudili odličan Barcaffè napitak i potrošačima Crne Gore i Kosova i zajedno sa širenjem lokacija u ostalim zemljama povećali broj prodajnih mjesta za petinu. U Sloveniji broj prodanih Barcaffè napitaka dosegao je zavidnih 9 milijuna, a u Hrvatskoj gotovo 1,5 milijun Barcaffè napitaka u Coffee2Go segmentu. Razvoj i širenje kroz Petrol kanal na tržište BiH i Srbije započeo u 2015. godini, nastavljeno je i dalje gdje broj prodanih napitaka Barcaffè bilježi rast od 36% u Srbiji, odnosno 24% rasta u BiH čime Barcaffè&Go ostaje na poziciji brenda broj jedan. U HoReCa poslovanju, s Barcaffè espressom SPP Kava dostiže rast od 10% u broju aktivnih aparata u 2017. godini te uspješno širi svoju prisutnost u regiji.

2017. godina odrazila se i na komunikacijske platforme svih brendova SPP kave. U Sloveniji i Hrvatskoj, Barcaffè nastavlja građenje komunikacijske platforme „Za ljepši dan“, dok se u Hrvatskoj se nastavlja kampanja pod nazivom „Jeste li probali Barcaffè?“. U Sloveniji Barcaffè održava tradicionalno jaku poziciju i blizak odnos s vjernim potrošačima kroz image kampanju „Prisluhne vsaki zgodbi“. Lansiranje kave u kapsulama, Barcaffè D.O.T. podržano je kampanjom „New dimension of taste“. Barcaffè Black'n'Easy nastavlja s kampanjom „Gdje god poželiš“ u Sloveniji i Hrvatskoj s ciljem da se potrošači upoznaju s mogućnošću pripreme turske kave i van doma, na poslu ili na odmoru. U Srbiji je povodom 20-tog rođendana Grand kafe Gold izdana monografija „Gospodin mangup“, spoj prijateljskih priča o nekadašnjem ambasadoru brenda, glumcu Draganu Nikoliću, koja je postala jednom od najprodavanijih knjiga u 2017. godini. U rođendanskoj noći Grand kafa je donirala pripremljenu svježu kavu trećoj smjeni bolnica, hitnih pomoći i gradskih čistoća u nekoliko gradova u Srbiji. Komunikacijska strategija dovela je do brojnih priznanja. Tako je na prvom Effie Awards festivalu u Srbiji, Grand kafa osvojila dva priznanja, a na dodjeli UEPS nagrada čak tri priznanja. Na slovenskom tržištu, Barcaffè je ponovo najpouzdaniji brend u 2017. godini te je uvršten na prvo mjesto po snazi FMCG brendova prema Valiconu.



Proizvodni pogoni SPP Kave tijekom godine su povećali operativnu učinkovitost. Na proizvodnoj lokaciji u Izoli započeo je projekt zamjene pržilice i povećanja kapaciteta spremišta za prženu kavu. U Srbiji s početkom 2018. godine počinje obilježavanje proizvoda s akciznom markicom za koju smatramo da će donijeti veliki doprinos u smanjenju trgovine „na crno“, koja se procjenjuje na preko 4 tisuće tona godišnje. U Makedoniji i BiH je dodatno poboljšana proizvodna tehnologija dodavanjem modernih uređaja.





## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**46,5 %**  
SRBIJA



**1,9 %**  
OSTALE ZEMLJE

**5,5 %**  
MAKEDONIJA

**8,5 %**  
HRVATSKA

**9,4 %**  
BIH

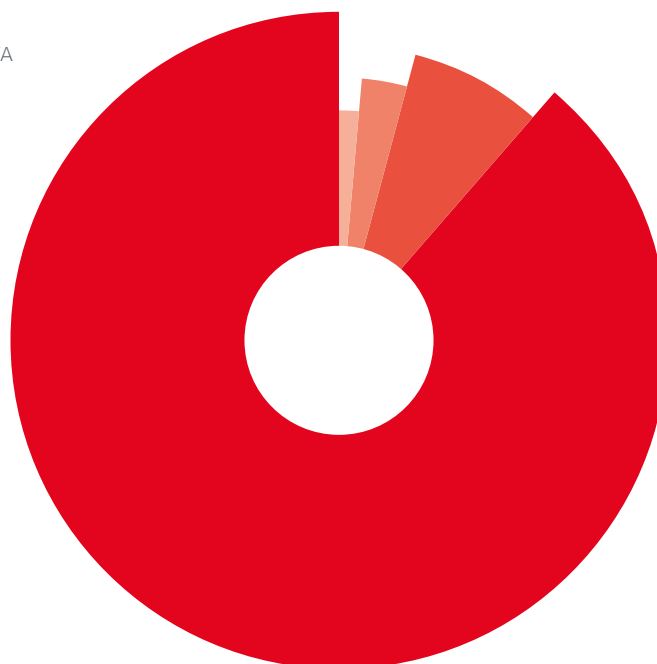
**28,2 %**  
SLOVENIJA

BIH Bosna i Hercegovina

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA



**88,7 %**  
TURSKA KAVA



**1,3 %**  
OSTALO

**2,7 %**  
INSTANTI

**7,3 %**  
ESPRESSO

Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe



## Strateško poslovno područje Pića

Strateško poslovno područje Pića (SPP Pića) objedinjuje nekoliko najprepoznatljivih brendova u segmentu bezalkoholnih pića u regiji, među kojima su CedeVita u kategoriji vitaminskih instant napitaka, Cockta u kategoriji „kola” napitaka i Donat Mg u kategoriji gaziranih mineralnih voda bogatih magnezijem. Osim navedenih, SPP Pića upravlja i brendovima u kategoriji negaziranih i gaziranih mineralnih i izvorskih voda (Kala, Kalnička, Tempel i Karađorđe), te Multivita u kategoriji instant napitaka. Portfelj proizvodnih lokacija objedinjuje tri punionice bezalkoholnih pića locirane u Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji te jedan pogon vitaminskih instant napitaka u Hrvatskoj.

SPP Pića je u 2017. godini ostvarilo prihod od prodaje u iznosu od 677,0 milijuna kuna što je za 7,3% više od prethodne godine. Glavnina prodaje dolazi iz zemalja regije (92,5% u 2017. godini), pri čemu je udio tržišta Hrvatske 39,1%. U strukturi prodaje po brendovima CedeVita predstavlja 44,7%, zatim 25,1% prodaje dolazi od Donat Mg, dok se 19,8% odnosi na Cocktu, 6,5% na vode te ostatak na komprimite.

Visok godišnji rast prodaje je ostvaren na tržištima u užoj regiji: u Hrvatskoj za 12,6%, Sloveniji za 4,9% i BiH za 4,8%. Na ovaj rezultat značajno je utjecala izvrsna ljetna sezona u kombinaciji s dobro provedenim prodajnim i marketinškim aktivnostima. Uslijed stabilizacije gospodarske situacije na tržištima Rusije i Ukrajine, prodaja na tržištu Rusije porasla je za 19,0% u odnosu na 2016. godinu, a prodaja u Ukrajini za 60,0% u odnosu na godinu prije. Rast prodaje u odnosu na 2016. godinu ostvaren je i na tržištima Austrije, Švicarske, Francuske, Velike Britanije, Švedske, baltičkih zemalja, SAD-a i Kanade.

Snažan rast cijena bijelog šećera na svjetskom tržištu 2016. godine (do razine cca 600 američkih dolara/t), utjecao je na visoku tržišnu cijenu EU šećera od prvog do trećeg kvartala 2017. godine. U istom razdoblju pala je cijena bijelog šećera na svjetskom tržištu te početkom četvrtog kvartala, s dovršetkom EU šećerne reforme (ukinute su proizvodne i izvozne kvote) i početkom šećerne kampanje, dolazi do značajnog pada cijena šećera na EU tržištu. Ugovorenom cijenom iz trogodišnjeg ugovora za tvrtke u Sloveniji i Hrvatskoj ublažili smo visoku tržišnu cijenu od prvog do trećeg kvartala, a pad cijene u četvrtom kvartalu iskorišten je za ugovaranje dodatnih količina po povoljnijim uvjetima. U 2017. godini došlo je do značajnog poremećaja na tržištu vitamina i izuzetno visokog rasta cijena gotovo svih vitamina – najviše vitamini B grupe, zatim vitamin C. Rast cijena nije se odrazio na tvrtke Atlantic Grupe u 2017. godini jer su kod dobavljača kroz postupak hedginga osigurane količine za 2017. po garantiranim, nižim cijenama.

CedeVita brendovi u totalu u 2017. godini bilježe vrijednosni rast od 9,0% u odnosu na 2016. godinu. Sve kategorije CedeVite u pićima su ostvarile rast vrijednosne prodaje. Segment pića koja se konzumiraju u domu raste 6,0% u odnosu na 2016. godinu, zahvaljujući snažnim aktivacijama te izvrsnoj sezoni. Vrijednosna prodaja 2017. godine raste na svim ključnim tržištima: u Hrvatskoj 9,0%, u Sloveniji 4,2%, a u Srbiji 3,5% gdje bilježimo i znatno povećanje vrijednosnog tržišnog udjela za 2 postotna boda. U on-the-go segmentu, CedeVita bilježi rast od 8,6% dok u HoReCa segmentu CedeVita nastavlja snažan trend dvoznamenkastog rasta te u odnosu na prethodnu godinu bilježi rast od 18,8%. Rast u HoReCa segmentu dolazi od snažnih aktivacija za potrošače u Hrvatskoj, Srbiji i Sloveniji („CedeVitu naruči i Vespu odvezi kući” nagradna igra u Hrvatskoj i Sloveniji, „Osvoji Fiću u kafiću” nagradna igra u Srbiji) te od lansiranja novog proizvoda Chia Fresca by CedeVita u Hrvatskoj i Sloveniji, gdje CedeVita u HoReCa kanalu pokreće novu kategoriju snack pića koji u sebi sadrži super hranu (chia sjemenke).



Cockta  
CEDEVITA®

MultiVita

Donat  
Mg®

Kala

KALNIČKA

TEMPEL

Karađorđe

SINCE 1719

~  
**677,0**

MILIJUNA KUNA PRIHODA  
OD PRODAJE OSTVARILO  
JE SPP PIĆA ŠTO JE ZA

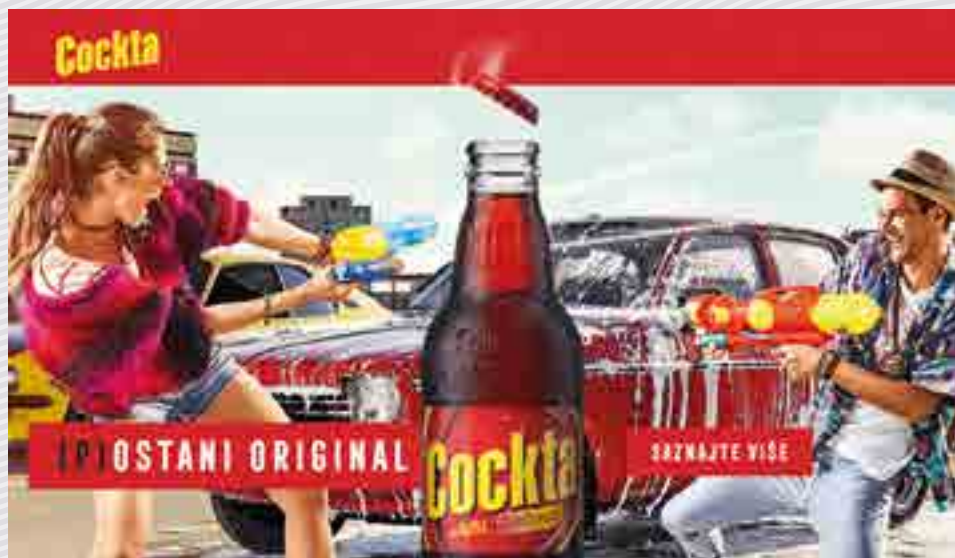
**7,3%**

VIŠE OD 2016. GODINE

~

SPP Pića je tijekom 2017. godine ostvarilo značajan uspjeh ostvarivši prava na dobivanje bespovratnih sredstava na natječaju za „Povećanje razvoja novih proizvoda i usluga koji proizlaze iz aktivnosti istraživanja i razvoja” u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. do 2020. za svoj novi projekt „Cedevita Healthy OTG”. Partner na projektu je renomirana znanstveno-istraživačka ustanova Institut Ruder Bošković.

Cockta je tijekom 2017. godine uspjela održati tržišni udio u izuzetno konkurentnoj kategoriji gaziranih bezalkoholnih „kola” napitaka. Cockta je u 2017. godini imala fokus komunikacije na mladu populaciju, što je bilo razvidno iz marketinške komunikacije s porukom „Postani original”, kroz sponzorstva najpoznatijih muzičkih festivala u regiji i vrlo uspješnom kampanjom na društvenim mrežama. Postigli smo 100% povećanje pratitelja na Instagramu i Youtube kanalu kao rezultat „Roadtrip” kampanje na društvenim mrežama, u sklopu koje su sadržaj kreirali mladi utjecajni korisnici.



Donat Mg je u 2017. godini zabilježio rast prodaje od 7,1% u odnosu na 2016. godinu. Za takav rast najviše su zaslužni Rusija, Slovenija, Hrvatska te Bosna i Hercegovina. Precizno definirana strategija, inovativni komunikacijski pristup i jedinstvenost samog proizvoda iznimno bogatog magnezijem, za koji je klinički dokazano da potiče probavu, bili su najvažniji generatori rasta u 2017. godini. Za Donat Mg je 2017. godina bila vrlo kreativna jer je predstavljena nova krovna kampanja pod nazivom „Tajna briljantne probave”. Nakon uspješne „kraljevske” kampanje, Donat Mg nastavio je svoju misiju marketinške diferencijacije i premiumizacije s novom kampanjom koja je temeljena na pronalaženju tajne ukradenog briljanta i glavnog rješenja, briljantne probave. Oglas je u samo 16 dana prve tzv. „teasing” faze pronalaženja „krivca” privukao pažnju i dosegao 10,5 milijuna ljudi u 4 zemlje (Hrvatska, Slovenija, Srbija i BiH). Ove godine je Donat Mg i s inovativnom, jedinstvenom i zanimljivom kampanjom Pizza Potizza postigao veliku viralnost. U samo 4 dana kampanja je dosegla 1,2 milijuna ljudi te postigla 0,5 milijuna ogleđanih videa. Važan čimbenik koji potvrđuje uspješan, dugoročni razvoj robne marke, kako s prodajnog, tako i s komunikacijskog aspekta jest prestižna nagrada Zlatni Effie. U studenom 2017. godine, Donat Mg se proširio i na HoReCa kanal, gdje potrošači mogu uživati u čaši neprocjenjive vode iz kamenog doba u novom ruhu, u vrhunskim kafićima, hotelima i restoranima.



U SPP Pića sustavi upravljanja kvalitetom i okolišem su u skladu sa strogim međunarodnim standardima (ISO 9001, 14001, HACCP, FSSC 22000), te najobuhvatniji standard sustava sigurnosti hrane FSSC 22000 koje posjeduju lokacije u Hrvatskoj i Sloveniji, proširen je na sustav upravljanja energijom u skladu s međunarodnim standardom ISO 50001.



## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**39,1 %**  
HRVATSKA



**3,6 %**  
RUSIJA

**8,8 %**

MAKEDONIJA 2,6 %  
CRNA GORA 2,1 %  
OSTALE ZEMLJE 1,8 %  
AUSTRIJA 1,4 %  
ITALIJA 0,7 %  
NJEMAČKA 0,2 %

**9,4 %**

BIH

**13,1 %**

SRBIJA

**25,9 %**

SLOVENIJA

BIH Bosna i Hercegovina

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA



**44,7 %**  
VITAMINSKI  
INSTANT NAPICI



**0,2 %**

OSTALO

**3,8 %**

BOMBONI

**6,5 %**

VODA

**19,8 %**

COLA PIĆA

**25,1 %**

FUNKCIONALNA PIĆA

Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe



## Strateško poslovno područje Slatko i slano

Strateško poslovno područje Slatko i slano čini jedna od vodećih regionalnih kompanija u industriji konditorskih proizvoda i slanih grickalica – Soko Štark koja zapošljava oko 1.150 osoba. Proizvodni program obuhvaća sedam kategorija: čokolade, biskviti, vafla, barovi, flips, štapići i čips. Izuzev čipsa koji proizvodi uslužni partner, proizvodnja svih ostalih kategorija se obavlja u vlastitim tehničko-tehnološkim pogonima na dvije proizvodne lokacije u Srbiji (Beograd i Ljubovija). U strukturi proizvodnog programa dominiraju čokolada i flips te ove dvije kategorije ostvaruju preko polovice prodaje SPP Slatko i Slano. U 2017. godini Štark je proslavio dva važna jubileja: 95 godina proizvodnje čokolada i 45 godina brenda Smoki, koji su obilježeni inovacijama i marketinškom komunikacijom kroz više kampanja.

U prošloj godini proizveli smo 439 različitih proizvoda, razvijeno je 14 novih receptura i lansirano gotovo 40 akcijskih proizvoda. Nastavljen je trend privlačenja potrošača cjenovnim i drugim akcijama, što je dovelo do povijesnog rekorda u prodaji, od čak 29.000 tona prodanih proizvoda, odnosno tonu više nego u 2016. godini. Dvoznamenkasti rast ostvarile su kategorije vafla i štapića, dok su biskviti, flips i čokolada dostigli postavljene ciljeve.

U geografskoj strukturi prodaje dominira i dalje tržište Srbije sa 65% udjela u prihodima, dok trećinu prodaje ostvarujemo na ostalim tržištima regije. Postupno otvaramo nova tržišta, poput Rumunjske, u kojoj su Štarkovi proizvodi prvi put predstavljani potrošačima u 2017. godini.

Iako većinu prodaje ostvaruje putem distributera, SPP Slatko i Slano nastavlja s razvojem vlastite maloprodajne mreže, putem kojih razvija posebne programe vjernosti potrošača i unaprjeđuje imidž kompanije. Iako se u 12 prodajnih mjesta u Beogradu ostvaruje tek 3,0% od ukupnog prometa, naša maloprodajna mreža predstavlja važan marketinški alat i mjesto posebnog iskustva za naše najvjernije potrošače. Novo razvijeni B2B kanal, usmjeren k pekarsko-slastičarskoj industriji, nalazi se u početnoj fazi razvoja u kojoj je značajno spomenuti početak suradnje s kompanijom Frikom, vodećim proizvođačem smrznutih proizvoda i poslastica u Srbiji.

Najljepše želje lansirale su novi okus, kokos i to u dvije veličine (100g i 27,5g) te noisette čokoladu, što je zajedno s naglaskom na standardni portfelj rezultiralo rastom tržišnog udjela od preko 1%, a Menaž je lansirao inovaciju Menaž glazura u čaši. Rodendanska godina Smokija obilježena je aktivnostima na potvrđivanju snage brenda i kampanjom „Svaki dan je rođendan!“. Mega Hrsker dobio je novi HOT okus. Od dodatnih aktivnosti izdvajamo nagradnu igru na tržištima Srbije, BiH i Crne Gore s atraktivnim nagradnim fondom, lansiranje akcijskih pakiranja s gratis sadržajima te lansiranje podbrenda Smoki Fun. Keksi su uz redizajn proširili portfelj s Keksićima s duplom kakao kremom i karamelom, dok je Integrino ponudio keks bez šećera u dvije varijante okusa i prilagođenom pakiranju, istovremeno s novom komunikacijskom platformom „Keks koji misli na tebe!“. Kategorija vafla je tijekom prethodne godine višestruko inovirana te je doživjela blagi redizajn. Segment vafla bez preljeva unapređen je novom duofil strukturom proizvoda, kao odgovor na zahtjeve potrošača te je lansirana Nela kikiriki 175g, kao početak izgradnje višeg segmenta u vaflima. Bananica, omiljeni slatkiš svih generacija, uz varijaciju Skroz Čoko Bananica, učvrstio je svoj tržišni udio unatoč jakim multinacionalnim proizvođačima. Podrška čokoladnoj varijanti Bananice, lansirane kao ograničene serije, ostvarena je kroz digitalnu aktivaciju te je odluka o njenom opstanku u redovnom portfelju prepuštena direktnom glasanju od strane potrošača, putem kojeg je kroz mjesec dana 100.000 korisnika izrazilo svoju privrženost Skroz Čoko Bananici. Time je čime ona postala stalni član proizvodnog programa te sudjeluje s 9% u ukupnom Bananica portfelju.



~  
**29.000**

TONA PRODANIH PROIZVODA  
U 2017. GODINI

~

Kao pojačanje u segmentu energetskih pločica Sweet, lansirana je ekstenzija KikiriX, proizvod s visokim sadržajem kikirikija, namijenjen mladima s potrebom za pojačanim unosom energije, praćeno mrežnom stranicom i prigodnom nagradnom igrom za najatraktivniji GIF snimak „Pokreni Gifix”. Chipsos je doživio rekonstrukciju portfelja te novi, pročišćeni dizajn pakiranja.



Povećani obujam prodaje dovodi do složenijeg proizvodnog procesa čime se ističe potreba za efikasnim upravljanjem, iz čega izdvajamo investiciju u sustav za upravljanje i transport brašna kao strateške sirovine, kojom su smanjeni gubici u proizvodnji i poboljšana sigurnost proizvoda. Smanjenje troškova stoji i iza ulaganja u novu opremu za praćenje potrošnje energenata, postavljenu na glavnim potrošačima električne energije. Kako bi povećali kapacitet proizvodne linije Bananice, rekonstruiran je prostor inicijalnog dijela proizvodnog procesa kompletnom zamjenom opreme, čime su smanjeni troškovi i povećana sigurnost proizvoda. Investicije za poboljšanje proizvodne efikasnosti provedene su i u pogonu za čajna peciva Ljubovija instalacijom automatskog pakiranja, čime su smanjeni troškovi rada i osiguran kvalitetniji finalni proizvod.

Ekološka odgovornost kompanije, potvrđena je obnavljanjem certifikata za smanjenje emisije CO<sub>2</sub> (Sekopak), a kupovinom novih kontejnera za razne vrste otpada unaprijedeno je upravljanje otpadom. Proizvodno-prodajni napori prepoznati su i od strane stručne javnosti te je Štark osvojio priznanja za najbolji čokoladni proizvod iz Srbije (Privredna komora Srbije), najatraktivniju brend PR akciju „Štark Deda Mraz” (Društvo Srbije za odnose sa javnošću) te priznanje za izuzetno poslovanje od strane privredne komore Srbije i Beograda, „Beogradski pobjednik”. Kontinuirano unaprjeđenje poslovanja potkrepljeno je primjenom niza međunarodnih standarda kvalitete.





## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**65,0 %**  
SRBIJA



**3,0 %**  
OSTALE ZEMLJE 1,9 %  
KOSOVO 1,1 %

**3,3 %**  
SLOVENIJA

**4,8 %**  
MAKEDONIJA

**5,3 %**  
HRVATSKA

**5,7 %**  
CRNA GORA

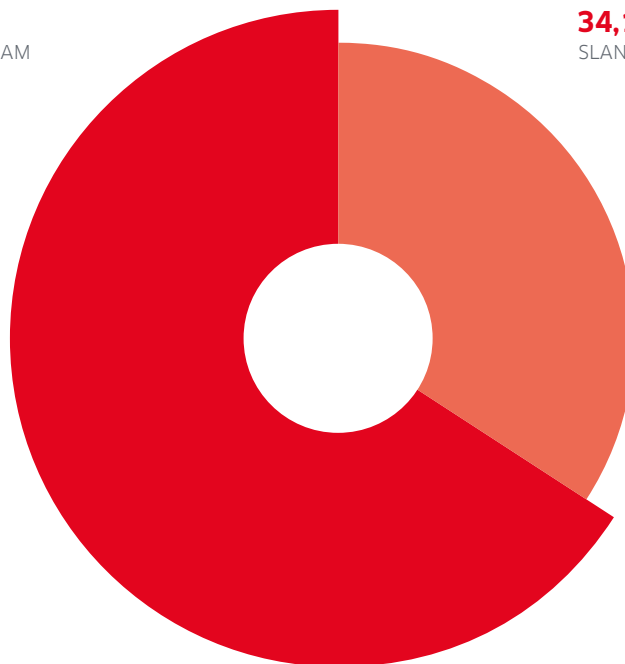
**12,9 %**  
BIH

BIH Bosna i Hercegovina

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA



**65,9 %**  
SLATKI PROGRAM



**34,1 %**  
SLANI PROGRAM

Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe



## Strateško poslovno područje Delikatesni namazi

SPP Delikatesni namazi je u 2017. godini ostvarilo odlične rezultate i zabilježilo rast od 7,0% u odnosu na prethodnu godinu. Rastu su pridonijela oba brenda, uz vrijednosni rast prodaje Argete od 6,8% odnosno Montane od 11,8%.

Argeta je 2017. godinu započela s važnom proizvodnom inovacijom: početkom ožujka Argeta je prešla na tzv. „bez“ recepturu, odnosno recepturu bez konzervansa, boja, pojačivača okusa i glutena, što znači da je Argeta bez aditiva. Nakon Argetine misije pružanja „najboljih malih obroka proizvedenih na najpošteniji način“, ova proizvodna inovacija osigurava još bezbrižnije uživanje u Argetinim proizvodima. Osim tzv. „bez“ recepture, Argeta je među prvim proizvođačima namaza napravila iskorak korištenjem BPA - NI premaza (eng. BPA non-intent - premazi koji ne sadrže BPA). BPA je specijalni premaz koja se koristi za posebnu zaštitu unutrašnjosti limenki za hranu i piće. Male količine BPA mogu se s ambalaže prenijeti u hranu i piće te je zato Argeta napravila važan korak prema apsolutnoj sigurnosti hrane korištenjem BPA - NI premaza, što znači da Argetine limenke ne sadrže BPA.

Uz lansiranje novih proizvoda, najvažniji iskorak za Argetu bio je ulazak na tržište povrtnih namaza u Sloveniji. Argeta je u 2017. godini lansirala pet povrtnih namaza humus sa zanimljivim varijantama okusa, bez konzervansa, umjetnih boja, pojačivača okusa i glutena. Svih pet varijanti prikladno je za vegetarijance i vegane. Time se Argeta ponovno dokazala kao poslovni lider koji se prilagođava trendovima u prehrani te koristi prednosti rastuće popularnosti humusa.



Proizvodnja Argete u SAD-u započela je u suradnji s američkim kompanijom Brother&Sister iz mjesta Harrisburg u saveznoj državi Pennsylvania u skladu sa strogim kriterijima kvalitete, sljedivosti i vrhunske tehnologije koji se primjenjuju u proizvodnim postrojenjima u Izoli (Slovenija) i Hadžićima (Bosna i Hercegovina). Argeta, koja sadrži samo najbolje dijelove mesa i proizvodi se u skladu sa standardima ISO 9001:2000, ISO 14001, HACCP, HALAL, MCS i FSSC 22000, započela je intenzivnu distribuciju na inicijalnih dvije tisuće prodajnih mjesta u SAD-u i Kanadi, koja će biti popraćena snažnom promocijskom kampanjom na prodajnim mjestima i u digitalnim medijima.

Među novitetima u Argetinom asortimanu s najvećim rastom svakako se nalaze oni prilagođeni lokalnim okusima koji su 2016. godine lansirani u Hrvatskoj, Srbiji, Sloveniji i BiH (paštete Slavonska, Vojvodanska i Sa suhim mesom), kao i oni lansirani u posljednjem kvartalu 2017. godine koji su odabrani kroz nove kampanje zajedničkog kreiranja na tržištima Kosova i Makedonije, gdje su potrošači glasali za paštete Prištinska i Šarplaninska. Izvrsno produljenje Argetine kampanje „Lokalni okusi“ bila je kampanja „Kako se tebi sviđaju gradovi?“ u BiH koja je potrošače ujedinila u potrazi za najljepšim gradovima u njihovoj

# ARGETA

## montana<sup>+</sup>

SPP DELIKATESNI NAMAZI  
JE U 2017. GODINI  
OSTVARILO RAST OD

# 7,0%

U ODNOSU NA PRETHODNU  
GODINU

zemlji te posljedično imala više od milijun pregleda lokalnih video-vodiča na YouTube kanalu koje je Argeta pripremila na temelju fotografija i sadržaja koje su nam poslali potrošači. Argeta vodi stalnu brigu o potrebama potrošača i prilagođava se njihovim navikama nudeći okuse prilagođene lokalnim preferencijama: Argeta je 2017. godine na tržišta Makedonije i BiH lansirala Lovačku paštetu koju su potrošači odmah prihvatili. Prošla je godina bila važna godina i za podbrend Argeta Junior, koji je ostvario znatan rast u većini zemalja zapadnog Balkana uslijed pojačanog fokusa i (TV i digitalne) podrške, osobito u razdoblju povratka u školu od rujna do studenoga, te vrlo uspješnih marketinških promocija u tom razdoblju.



Osim toga, Argeta je 2017. godine ušla u HoReCa kanal s proizvodom koji je posebno osmišljen za hotele i njihove goste. Nadalje, Argeta je nastavila uspješnu suradnju s poznatim kuharskim majstorima lansiranjem posebnog izdanja Argeta Exclusive za 2017. godinu. Ovogodišnju Argeta Exclusive paštetu s profinjenim okusom jetrice, kandirane naranče i konjaka kreirao je Janez Bratovž, prvi slovenski kuharski majstor na slavnoj listi najboljih restorana S. Pellegrino's Top 100 World's Best Restaurants. Kao i prethodnih godina, posebno izdanje Argeta Exclusive à la restoran JB za 2017. bilo je hit među potrošačima i omiljeni izbor gurmana u božićno i novogodišnje vrijeme. Okus je postigao veliki uspjeh te je rasprodan u prva tri mjeseca.

Među važnijim nagradama koje je Argeta dobila tijekom 2017. godine posebno se ističe slovenski Effie. Nakon dosadašnjih odličnih rezultata u području učinkovitih marketinških komunikacija, Argeta je 2017. godine osvojila zlatni Effie za učinkovitost marketinških komunikacija u Sloveniji za njezina postignuća u 15 godina kontinuiranih marketinških komunikacija pod sloganom „Dobra strana kruha”. Isto tako, Argeta je postala najučinkovitiji brend, a Atlantic Grupa najučinkovitija kompanija u području marketinških komunikacija u Sloveniji. Argeta je nedavno uspješno zaštitila Argetinu jedinstvenu pantone boju P 159C te se tako pridružila ekskluzivnom klubu od 0,03% kompanija koje su službeno zaštitile svoju boju ili uzorak.

Strategija „mislj globalno, djeluj lokalno” i izniman rast Argetinog statusa voljene robne marke („love-mark”) još su jednu godinu zaredom donijeli izvanredne poslovne rezultate. Znatan rast prodaje i tržišnih udjela ostvaren je u Hrvatskoj, gdje se Argeta čak i približila tržišnom lideru te je na putu preuzimanja vodstva, dok je to već postigla u Srbiji, Sloveniji, Bosni i Hercegovini, Makedoniji i Crnoj Gori. Nadalje, Argeta je i izvan zemalja regije ostvarila snažan rast prodaje u Švedskoj, Švicarskoj, Austriji, Rusiji i Baltiku te ušla na iznimno zahtjevno francusko tržište zahvaljujući novoj poboljšanoj BPA-NI ambalaži. Značajnim rastom prodaje u 2017. godini Argeta je postala lider u smislu vrijednosnog tržišnog udjela u Švicarskoj te bila pokretač rasta ove kategorije. Argeta je značajno poboljšala volumni i vrijednosni tržišni udio uglavnom na račun brendova Le Parfait i Fine Food. Argeta je na austrijskom tržištu zadržala poziciju lidera u kategoriji te poboljšala svoj tržišni udio. U skladu s time, svih 5 top proizvoda na tržištu sada su Argetini, pri čemu je pileća pikant pašteta nadmašila lokalnog konkurenta. Na međunarodnom je planu Argeta osvojila novu europsku zemlju, Nizozemsku. U ožujku je Argeta uvrštena na police dvaju najvećih maloprodajnih lanaca Albert Heijn i Jumbo, što je popraćeno degustacijama za kupce.



## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**16,9 %**

BIH

**14,0 %**

HRVATSKA

**13,8 %**

SLOVENIJA

**10,1 %**

SRBIJA



**4,5 %**

OSTALE ZEMLJE

**4,8 %**

ŠVICARSKA

**5,4 %**

NJEMAČKA

**7,3 %**

AUSTRIJA

**7,3 %**

KOSOVO

**7,3 %**

ŠVEDSKA 2,9 %

RUSIJA 2,1 %

CRNA GORA 1,8 %

ITALIJA 0,5 %

**8,6 %**

MAKEDONIJA

BIH Bosna i Hercegovina

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA

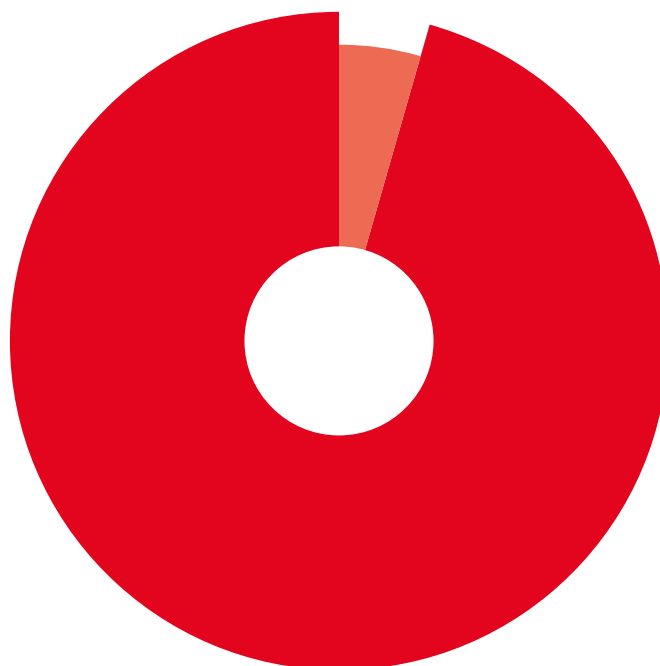


**95,6 %**

ARGETA

**4,3 %**

MONTANA



Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe



## Strateško poslovno područje Zdravlje i njega

Strateško poslovno područje Zdravlje i njega je i u 2017. godini nastavilo s poslovnom strategijom jačanja vlastitih brendova Programa Kozmetika te Dijetetika i lijekovi, kao i provođenjem ugovora s principali- ma u veletrgovačkom poslovanju. Vlastita vertikalna integracija kroz ljekarnički kanal Farmacia, kao i ostatak tržišta sačinjenog od ljekarni i specijaliziranih prodavaonica omogućuju nam stabilno poslovanje. Stalna prilagodba novim trendovima, kontinuirana ulaganja u marketing, rad na prodajnim vještinama zaposlenika i nova pozicioniranja donijeli su povećanje tržišnih udjela u sve zahtjevnijem okruženju. Brendovi su svoje potrošačko tijelo regrutirali i kroz digitalne kanale, kroz angažman relevantnih društvenih mreža i web platforma, što im je osiguralo značajnu prepoznatljivost. Digitalni sadržaj koristio se i za educiranje potrošača o oralnoj higijeni i njezi tijela, dok se putem raznovrsnih savjetovališta u Farmaciji potrošače se educira o podizanju kvalitete života.

Fidifarm je, kao lider na hrvatskom tržištu dodataka prehrani s brendom Dietpharm, već dugi niz godina je prisutan u regiji, a tijekom 2017. godine stavljen je dodatni fokus na izvozna tržišta. Brend Dietpharm, nositelj Superbrands oznake i lider u inovacijama na tržištu dodataka prehrane, zadržao je prvu poziciju na hrvatskom tržištu dodataka prehrani s 22% tržišnog udjela. Bogat portfelj je u protekloj godini obogatio s još 5 novih proizvoda (Flexaktiv 9 tablete za normalnu funkciju zglobova, Kondroin H rapid krema za ublažavanje bolova u zglobovima i mišićima, Veneton Duo Active gel za ublažavanje simptoma poremećaja venske cirkulacije, Lizzy Centravit medvjedići - vitamini u obliku gumenih bombona za najmlađe te Magnezij 375 + B6 kapsule kojim je zaokružena već dobro poznata Dietpharmova obitelj magnezija). Magnezij Noć kapsule, koje su u 2016. godini postale najprodavaniji novi proizvod u segmentu dodataka prehrani u Hrvatskoj, na tržištu Srbije su postale drugi najprodavaniji proizvod u segmentu dodatka prehrani za miran i bezbrižan san, s ukupno 14% tržišnog udjela. Dietpharm je prisutan na 12 izvoznih tržišta, a u 2017. godini potpisani su ugovori s partnerima za tržišta Mađarske i Kosova. Na tržištu Rumunjske nastavljen je dvoznamenkasti trend rasta prodaje.



U Rusiji, koja je strateški važno tržište i ima potencijal za rast farmaceutskog poslovanja, brend Multivita i dalje drži vrlo visok tržišni udio u prodaji Vitamina C, a uz postojeći Makulin, u protekloj godini pripremljena su dva nova dodatka prehrani za lansiranje na rusko tržište: Akulavit kapsule za jačanje imunološkog sustava i Flexaktiv 9 kapsule za normalnu funkciju zglobova.

Tijekom 2017. godine, Program Kozmetike bio je fokusiran na optimizaciju poslovanja u svim segmentima sa svrhom povećanja profitabilnosti. Nositelji razvoja prodaje u regiji čine brendovi Plidenta, Melem i Rosal Lip Balm, a na inozemnim tržištima Ugovorna proizvodnja (private label) koja bilježi rast prodaje od 52%. Plidenta je u 2017. godini zadržala tržišni status na vrlo kompetitivnim tržištima Hrvatske i BiH te lansirala novu profesionalnu izbjeljujuću zubnu pastu Plidenta Healthcare FullWhite, čime je pojačala portfelj najbrže rastućeg segmenta zubnih pasti.


**FIDIFARM**

**DIETPHARM**
**farmacia**


U PROTEKLOJ GODINI  
PORTFELJ JE OBOGAĆEN  
ZA JOŠ

**5**

NOVIH PROIZVODA





Melem u 2017. godini ostvaruje dvoznamenkasti rast u odnosu na prošlu godinu, zahvaljujući radu na razvoju i proširenju portfelja. Lansirana je mediteranska linija Melema s esencijalnim uljima lavande, kadulje i ružmarina, kao rezultat suradnje s potrošačima kroz Melem Klub sretnih korisnika. Članovi kluba doprinijeli su razvoju još jednog noviteta te je krajem godine lansiran Melem za tuširanje s dragocjenim esencijalnim uljima. U 2017. godini nastavljen je rad na objedinjavanju i jačanju brenda Rosal te je lansirana nova linija proizvoda namijenjena svima koji vole jednostavne, praktične i povoljne all-in-one proizvode. Nova Rosal Perfect You linija u jednom potezu pruža cjelovitu njegu za usne, lice, tijelo, ruke i nogte, zahvaljujući vrhunskim sastojcima te praktičnoj i privlačnoj ambalaži.



Farmacia u 2017. godini posluje kroz 85 jedinica (49 ljekarni i 36 specijaliziranih prodavaonica) te nastavlja svoje djelovanje u nekoliko smjerova: podizanje kvalitete odnosa s pacijentima kroz organizaciju javnozdravstvenih akcija, stručna savjetovališta, daljnje usavršavanje zaposlenika kroz vlastiti edukacijski centar te odnose sa stručnom zajednicom. Prikazom svojih rezultata Kardiološkog savjetovališta, Farmacia je na 2. Forumu Ljekarničke izvrsnosti bila u fokusu medija i stručne javnosti zahvaljujući jedinstvenoj dodatnoj usluzi u hrvatskom ljekarništvu koja je objavljena kao primjer kvalitetne ljekarničke prakse u publikaciji za Svjetsku farmaceutsku federaciju (FIP). Farmacia je svoju jedinstvenost u ponudi proizvoda i usluga održavala kroz kontinuirani razvoj portfelja proizvoda, napredne prodajne aktivnosti i sustavnu primjenu svih relevantnih digitalnih kanala (mrežna stranica, Facebook i elektronički bilten), što je rezultiralo njihovim organskim rastom. Tijekom godine nastavljena je suradnja s Hrvatskom ljekarničkom komorom i Hrvatskim farmaceutskim društvom gdje je Farmacia iznimno aktivna u prikazu svojeg stručnog rada. Povodom obilježavanja 135. godina studija farmacije na Farmaceutsko-biokemijskom fakultetu u Zagrebu, Farmacia je dobila priznanje za uspješnu dugogodišnju suradnju s fakultetom na unaprjeđenju kvalitete znanstveno-nastavnih aktivnosti.

Sustavi upravljanja kvalitetom Strateškog poslovnog područja Zdravlje i njega u skladu su sa strogim međunarodnim standardima (ISO 9001, ISO 14000, HACCP, GMP).





## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**81,8 %**  
HRVATSKA



**4,1 %**  
BIH

**6,8 %**

OSTALE ZEMLJE 2,9 %

SRBIJA 2,6 %

MAKEDONIJA 0,8 %

ITALIJA 0,5 %

**7,4 %**

RUSIJA

BIH Bosna i Hercegovina

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA



**64,5 %**  
FARMACIA



**3,2 %**

OSTALO

**8,2 %**

MULTIVITA

**11,6 %**

DIETPHARM

**12,5 %**

NEVA

Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe



## Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana

Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana (SPP Sportska i aktivna prehrana) specijalizirano je za razvoj i marketing sportske prehrane i proizvoda za kontrolu tjelesne težine. Tradicija i kontinuirane inovacije u segmentu sportske prehrane čine ga jednim od vodećih kompanija sportske i aktivne prehrane u Njemačkoj. Sjedište SPP-a Sportska i aktivna prehrana je u Hamburgu, dok se proizvodi na europskom tržištu prodaju pod tri brenda: Multipower, Champ i Multaben.

SPP Sportska i aktivna prehrana u 2017. godini je uspješno nastavila proces restrukturiranja i pojednostavljenja poslovanja s fokusom na svoje ključne brendove. Atlantic Grupa je divestirala proizvodne pogone u Njemačkoj (Bleckede) i Hrvatskoj (Nova Gradiška) kao i s njima povezanu proizvodnju privatnih robnih marki belgijskoj tvrtki Aminolabs Group. Transakcija je izvršena u studenome 2017. Strateško poslovno područje Sportska i aktivna prehrana nastavit će razvijati brend Multipower u smjeru „premium” kategorije, zadržavajući svoj odjel marketinga, prodaje i inovacija. Proizvodnja brendova nastavit će se u suradnji s Aminolabsom i drugim vanjskim partnerima. U skladu s novom strategijom, SPP je fokusiran na brendirani dio poslovanja, odnosno jačanje vodećeg brenda, Multipower.

Multipower se povijesno nalazio u sportskom kanalu, a sada prebacuje fokus na dva najbrže rastuća kanala u sportskoj prehrani: masovno tržište i online kanal. Većina je Multipowerovog portfelja obnovljena s jasnim fokusom na razvoj proteinskih pločica i jači ulazak u „lifestyle” kategoriju. Najveći uspjeh u 2017. godini bilo je uvođenje proizvoda 100% Whey (protein sirutke) na masovno tržište te lansiranje proteinskih pločica Protein Layer. Multipower se kontinuirano podržava većom prisutnošću u društvenim medijima uz potporu utjecajnih osoba, tj. influencera.



Champ, prvi brend sportske prehrane prisutan na njemačkom masovnom tržištu, nastavio je svoju prisutnost na masovnom tržištu kao opcija vrijednosti za novac, nudeći potrošačima dobru kvalitetu i ukusne proteine po pristupačnoj cijeni. U sljedeće tri godine Sportska i aktivna prehrana planira zadržati fokus na domaćem njemačkom tržištu te ostvariti daljnji razvoj perspektivnih tržišta Austrije, Italije i Hrvatske. U fokusu će biti masovno tržište i online kanal, uz stabilnu prodaju u sportskom kanalu. U 2017. godini započeli smo suradnju s poznatim njemačkim distributerom za masovno tržište kako bismo dodatno povećali našu prisutnost na policama njemačkih maloprodajnih lanaca.

Sportska i aktivna prehrana nastavit će ulagati u naša tri brenda kroz inovacije, jačanje brendova i prodajnu podršku. Multipower će se više fokusirati na pozicioniranje kao vrhunski brend sportske prehrane za aktivne i profesionalne sportaše s najvišom kvalitetom sastojaka i recepturama u svim glavnim segmentima u kategoriji sportske prehrane. Champ će ostati povoljan brend u „mainstream” segmentu za aktivne osobe koje vode brigu o zdravlju uz ponudu lakog načina za svakodnevni unos proteina, dok se Multaben pomiče od gubitka težine prema kategorijama zamjenskih obroka i zdravog načina života, usmjeren na žene koje se žele osjećati dobro u svojem tijelu i uživati u ukusnim zamjenskim obrocima tijekom svog ispunjenog dana.



## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**41,2 %**  
NJEMAČKA



**4,2 %**  
AUSTRIJA

**4,3 %**  
UJEDINJENO KRALJEVSTVO

**5,1 %**  
ITALIJA

**6,5 %**  
ŠPANJOLSKA 2,4 %  
TURSKA 2,3 %  
HRVATSKA 1,8 %

**9,1 %**  
ŠVICARSKA

**12,9 %**  
OSTALE ZEMLJE

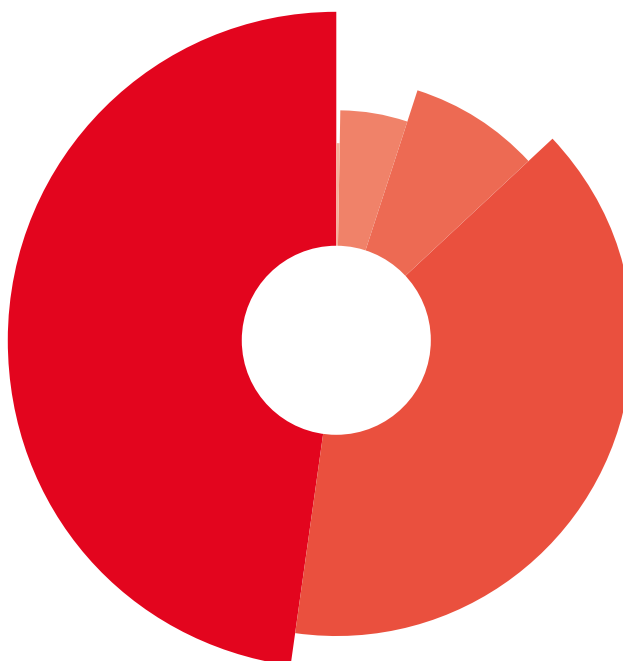
**16,7 %**  
ŠVEDSKA

BIH Bosna i Hercegovina

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA



**48,0 %**  
PRIVATNE  
ROBNE MARKE



**0,2 %**  
OSTALO

**4,8 %**  
MULTABEN

**7,9 %**  
CHAMP

**39,2 %**  
MULTIPOWER

Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe





## Poslovno područje Dječja hrana

Glavni su se makroekonomski pokazatelji u Rusiji dodatno poboljšali tijekom 2017. godine, uključujući rast BDP-a i rekordno nisku inflaciju, pri čemu snažan rast cijena nafte doprinosi brzem izlasku iz recesije i ukupnom gospodarskom oporavku. Međutim, nesigurnosti u pogledu većine zemalja ZND-a uglavnom su uzrokovane inflatornim pritiscima, kao i snažnim aktivnostima konkurenata s potpunom lokalnom prisutnošću. Dok se većina segmenata ruskog tržišta još uvijek suočava sa smanjenjem kupovne moći te vrijednosnim i volumnim padom potrošnje, kategorija dječje hrane pokazuje pozitivan rast u kategoriji žitarica: 5% vrijednosnog i 2% volumnog udjela. Po samoj definiciji, a to su potvrdila i istraživanja tržišta, potrošači rijetko smanjuju troškove za svoju djecu.

Za PP Bebi je 2017. godina bila iznimno uspješna sa snažnim rastom prodaje (21% vrijednosnog udjela u odnosu na 2016.), prvenstveno u kategoriji žitarica, dok je uspješno zadržan četvrti tržišni udio u Rusiji. Promatrano po kanalima, glavni pokretač rasta su specijalizirane trgovine dječje hrane u kojima je brend ostvario vrijednosni rast od 24% odnosno volumni rast od 7%.

Radi osvajanja novih kupaca te stvaranja imidža inovativnog brenda, Bebi je lansirao jedinstvenu kategoriju s dva nova proizvoda u kategoriji žitarica namijenjenih za odrasle – Mamine žitarice. Korištenjem ugleda brenda Bebi potičemo svjesnost među novim kupcima i stvaramo reputaciju stručnjaka za dječju prehranu, kao i prehranu novopečenih mama. Ovaj novi proizvod snažno podupire internet stranica „Trudnički dnevnik“ – posebni dio sa savjetima stručnjaka za buduće mame i opisom proizvoda. Uspješno je proveden redovni postupak preispitivanja proizvodnog asortimana. Za ključne su kanale uvedeni preporučeni i obvezni asortimani u svrhu jačanja profitabilnosti i postupnog ukidanja proizvoda čija prodaja i profitabilnost nisu optimalni. Sukladno tome, šest proizvoda s najvećom stopom profitabilnosti premašilo je svoje ciljeve volumnog rasta za 23%. Posebne kategorije visoko profitabilnih Bebi žitarica su se, prema Nielsenu, pokazale kao veliki uspjeh: Poldniki žitarice ostvarile su rast od 20% u odnosu na prethodnu godinu, a žitarice s kozjim mlijekom 136% u odnosu na prethodnu godinu.

Aktivno smo radili s glavnim društvenim medijima u regiji: VKontakte, Facebook, Odnoclassniki i Instagram, privlačeći nove pratitelje i povećavajući pokrivenost uz istodobnu provedbu novog vizualnog izgleda koji je pomogao prepoznavanju brenda i većoj stopi angažiranosti. Stranica VK zajednice spojena je na online dućan te pratiteljima pruža aktualne informacije o cijenama i dostupnosti proizvoda. Online dućan uređen je u skladu s novim vizualnim izgledom te podijeljen po kategorijama proizvoda. Kampanja usmjerena na Instagram blogere obuhvatila je više od 700.000 pratitelja te ojačala percepciju brenda kao sigurnog i zdravog proizvoda koji bebe vole. Kampanja je planirana s posebnim fokusom na regije Kavkaza i Moskve kako bi se pružila podrška najvažnijim područjima za jačanje imidža brenda i zadržavanje postojećih tržišnih udjela u tim regijama. Nadalje, stranica [www.bebi.ru](http://www.bebi.ru) je unaprijeđena, kao i pozicioniranje same stranice na glavnim pretraživačima. Na internetskoj stranici ([www.bebi.ru](http://www.bebi.ru)), u glavnim trgovinama dječje hrane te za ključne klijente uvedena je usluga e-shoppinga. Treba naglasiti da je kao podrška e-shoppingu uvedena mogućnost geopozicioniranja.

Brend Bebi je tijekom 2017. godine za promociju koristio specijalizirane časopise (za roditelje i pedijatre) kojima je obuhvaćeno više od 2,5 milijuna ciljanih korisnika, dok je za jačanje imidža brenda korišteno osam najbolje ocijenjenih časopisa o ranom djetinjstvu, kao i časopisi za liječnike.






PP BEBI JE OSTVARILO  
RAST PRODAJE ZA

**21%**

VRIJEDNOSNOG  
UDJELA U ODNOSU  
NA 2016. GODINU



## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**84,3 %**  
RUSIJA



**7,8 %**  
UKRAJINA

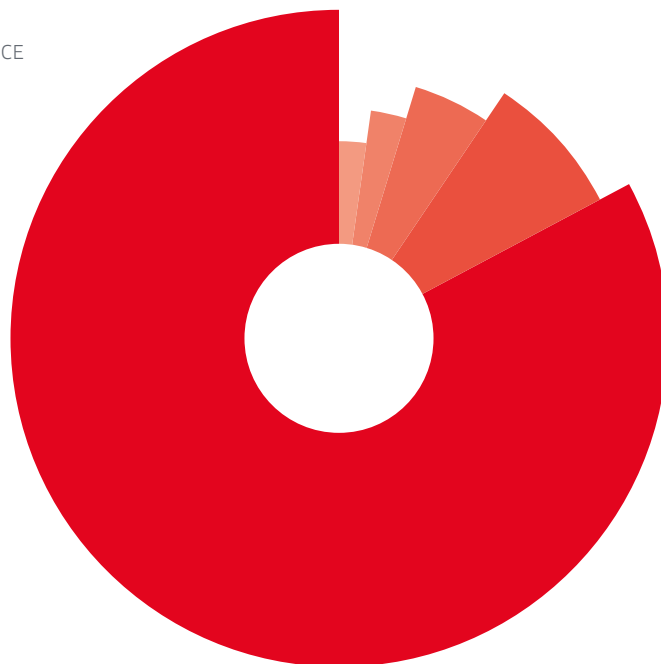
**7,9 %**  
OSTALE ZND ZEMLJE

ZND Zajednica neovisnih država

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA



**82,9 %**  
DJEČJE ŽITARICE



**2,2 %**  
ČAJEVI

**2,4 %**  
BEBI VODA

**4,6 %**  
KEKSI

**7,9 %**  
MLIJEČNA FORMULA

Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe







## Poslovno područje Gourmet

Poslovno područje Gourmet u 2017. godini ostvarilo je prodaju u iznosu od 36,5 milijuna kuna, odnosno rast od 11% u odnosu na 2016. godinu. Na svim značajnim tržištima brend Bakina Tajna bilježi dvoznamenkasti rast i to: u Hrvatskoj 21%, u Srbiji 20%, u Crnoj Gori 23%, u Njemačkoj 56% te u Francuskoj 41%. Takvi prodajni rezultati u skladu su sa strategijom poslovnog područja i očekivanjem značajnog rasta. Veliki fokus u 2017. godini bio je na edukaciji potrošača vezanoj za ajvar Bakina Tajna te je uspješno revidirana i implementirana nova strategija prodajnih kanala na najznačajnijim tržištima. Lansirana je i posebna mrežna stranica - [www.ajvar.com](http://www.ajvar.com) - a sve u cilju rasta kategorije proširenjem konzumacije ajvara tijekom cijele godine, a ne samo u ljetnoj sezoni. Kategorija ajvara na svim tržištima zabilježila je značajan rast u odnosu na 2016. godinu, a na hrvatskom tržištu ajvar Bakina Tajna je povukao vrijednosni rast kategorije ajvara.

Na tržištima Austrije, Francuske i Velike Britanije lansirana je nova linija proizvoda - Fruit&Honey, koji predstavlja potpunu inovaciju u skladu s globalnim trendovima. Radi se o jedinstvenim premium voćnim namazima koji sadrže 60% prvoklasnog voća i 40% meda. Osmišljen je novi vizualni identitet brenda, s čistijom i preglednijom etiketom te fokusom na prepoznatljive simbole brenda. Bakina Tajna ponosni je dobitnik „Great Taste Award” u Velikoj Britaniji (u 2017. za Ajvar ljuti te Sok od paradajza i celera), a dodatno dobitnik i „Superior Taste Award” za klasični Ajvar.



Od kapitalnih ulaganja važno je istaknuti novu liniju za pakiranje i etiketiranje, čime je riješeno usko grlo u proizvodnji i povećana ukupna efikasnost. Kapacitet za pečenje paprike povećan je za petinu investiranjem u opremu i poboljšanjem efikasnosti. Nabavljeni su pasterizator i detektor metala koji omogućuju kontinuiranu ujednačenost kvalitete proizvoda te je modernizirana ventilacija pogona. Ujedno je optimiziran lanac nabave, čime je povećan obrtaj zaliha te smo uspješno prošli sve revizije i potvrdili sukladnost s ISO standardima.



**Amfissa**

PP GOURMET OSTVARILO  
JE PRODAJU U IZNOSU OD

**36,5**

MILIJUNA KUNA,  
ODNOSNO RAST OD

**11%**

U ODNOSU NA  
2016. GODINU

## PRODAJA PO ZEMLJAMA



**43,5 %**  
SRBIJA



**3,2 %**  
UJEDINJENO KRALJEVSTVO

**4,3 %**  
BIH

**4,6 %**  
CRNA GORA

**5,2 %**  
RUSIJA

**5,2 %**  
NJEMAČKA

**6,0 %**  
FRANCUSKA

**6,3 %**  
SLOVENIJA

**9,8 %**  
OSTALE ZEMLJE

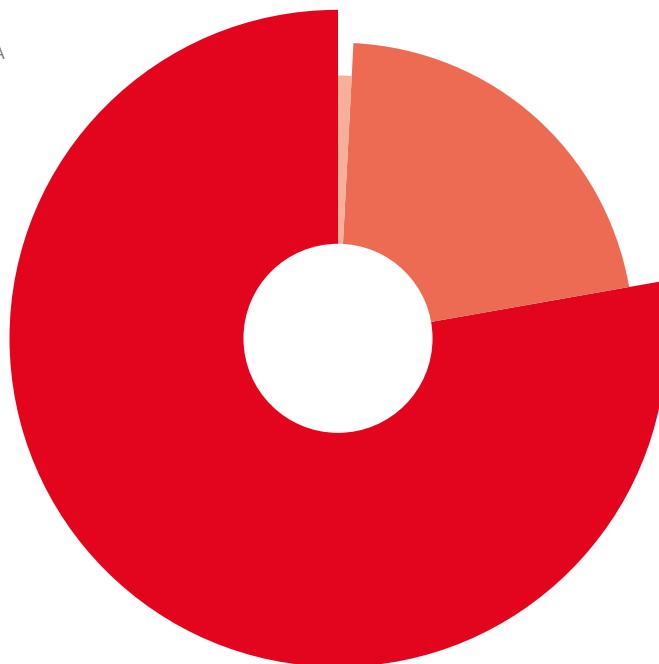
**12,0 %**  
HRVATSKA

BIH Bosna i Hercegovina

## PRODAJA PO KATEGORIJAMA



**78,0 %**  
BAKINA TAJNA



**0,7 %**  
PRIVATNE ROBNE MARKE

**21,3 %**  
AMFISSA

Izvor: Interni podaci Atlantic Grupe



## Strateška distribucijska područja, Strateške distribucijske regije i Distribucijska područja

Strateška distribucijska područja, Strateške distribucijske regije i Distribucijska područja posjeduju visokorazvijeni „know-how“ iz područja distribucije, upravljanja ključnim kupcima, upravljanja kategorijama proizvoda, upravljanja lancem nabave, trade marketinga i unapređenja prodaje koji se kontinuirano usklađuje s trendovima na tržištu. Strateška distribucijska područja, Strateške distribucijske regije i Distribucijska područja kao osnovnu djelatnost imaju distribuciju ukupnog asortimana proizvoda iz vlastite proizvodnje i asortimana vanjskih principala te su kroz dvije glavne zone, Zonu Istok i Zonu Zapad, podijeljena na sedam regija unutar Zone Istok: Hrvatsku, Srbiju, Sloveniju, Makedoniju, ZND i Baltik, HoReCu te Kosovo, Bugarsku i Rumunjsku, dok Zonu Zapad dijelimo na regije Dach i Beneluks, Mediteran i Afrika, Sjeverozapadna Europa i Australija te Središnja Europa i prekomorske zemlje. Distribucija u Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori organizirana je u suradnji s partnerskom kompanijom Ataco.



## STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA

SPD Srbija u 2017. godini u odnosu na prethodnu godinu bilježi rast prihoda od 3%, unatoč nestabilnom tržišnom okruženju i ograničenoj suradnji s najvećim kupcem. Poslovnu 2017. godinu je dodatno obilježilo početak suradnje s nacionalnim maloprodajnim lancem kioska „Štampa“, kao i s dva velika regionalna maloprodajna lanca „Gomex“ i „Aroma“ koje odlikuje rastući udio na tržištu.

Zahvaljujući odličnoj distribuciji, Štark čokoladice su povećale tržišni udio za 2% i sa 41,3% zauzeli apsolutnu lidersku poziciju u jakoj konkurenciji internacionalnih brendova. Zadržana je vodeća pozicija u kategoriji turske kave, a proizvod Black'n'Easy, instant turska kava, je nakon samo dvije godine od početka distribucije i u konkurenciji s internacionalnim brendovima premašio 16% tržišnog udjela u kategoriji Black Cup-a. Najveći rast prometa od 17% zabilježilo je poslovno područje Gourmet, čime je ojačana dominantna pozicija asortimana Bakina Tajna u premium kategoriji ajvara, sokova i džemova. Prihod od prodaje Argeta pašteta veći je za 15%, čime je osigurano zauzimanje druge pozicije u ukupnoj kategoriji pašteta, kao i daljnje jačanje prvog mjesta u ribljem segmentu.

U 2017. godini ostvareno je značajno unapređenje suradnje s eksternim principalima što za rezultat ima ukupan rast prometa, a unatoč prestanku suradnje s eksternim principalom L'Oreal. Najbolje rezultate zabilježili su Corny s rastom od 33%, Alkaloid s rastom od 17% te Rauch s rastom od 14%.

Potpisan je i ugovor s kompanijom Red Bull za distribuciju ovog poznatog energetskeg napitka, čime nastavljamo širiti distribucijski portfelj u skladu s očekivanjima i najavama. Vrijednost novog ugovora iznosi oko 34 milijuna kuna godišnje prodaje, a za sklapanje ugovora presudan je značaj imala visokorazvijena distribucijska mreža, odlična pokrivenost distribucijskih kanala, osobito u maloprodaji i HoReCa segmentu, razvijeni odnosi s ključnim kupcima i ukupna razina distribucijske usluge koju Atlantic pruža svojim partnerima.

Promjena udjela prodajnih kanala s rastom „traditional trade“ kanala (prodajna mjesta manjih formata) od 6% u odnosu na prethodnu godinu dodatno je doprinijela ostvarivanju ukupne numeričke distribucije pa je tako za glavne brendove Štark asortimana: Smoki, Najlepše želje i Bananica dostignuta rekordna numerička distribucija od preko 10.000 dostavnih mjesta.

## STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA

Veći prihodi od prodaje (rast od 67,1 milijuna kuna ili 6,9% u odnosu na 2016.) ostvareni su kao rezultat iskorištavanja prilika u ljetnoj sezoni (rast potrošnje i povoljna struktura kupaca), horizontalnog rasta i širenja portfelja kategorija, čime se osigurava trend održivog rasta u sljedećim godinama.


Istodobno su rezultati poslovanja u 2017. bili pod pritiskom događaja vezanih uz kritičnu situaciju u Agrokoru, koja je započela već u prvom kvartalu 2017. (kašnjenja u plaćanju i obustava isporuka) i rezultirala njihovim kontinuiranim gubitkom tržišnog udjela, a koju smo prevladali našim fokusom na manje i regionalne kupce kroz jačanje aktivnosti i marketinška ulaganja, što je dovelo do 2% rasta u kanalu tradicionalne prodaje u odnosu na prethodnu godinu. SDP Hrvatska bilježi povećanu profitabilnost koja je rezultat prethodno navedenih iskorištenih sezonskih prilika, fokusa na manje/regionalne kupce i šireg portfelja kategorija u kombinaciji s optimizacijom poslovnih rashoda koja proizlazi iz poboljšanja procesa i učinkovitosti.

U pogledu ključnih brendova i kategorija, SDP Hrvatska ostvario je impresivne rezultate. U kategoriji delikatesnih namaza Argeta je ostvarila odličan rast od 17% koji je posljedica kontinuirane provedbe marketinških aktivnosti, daljnjeg razvoja „discount“ kanala te povećane prodaje brenda tijekom jake ljetne sezone. Kategorija pića porasla je za 16% te su tijekom uspješne ljetne sezone u tom segmentu ostva-




**3%**

RASTA PRIHODA OD  
PRODAJE OSTVARILO  
JE STRATEŠKO  
DISTRIBUCIJSKO  
PODRUČJE SRBIJA  
U ODNOSU NA  
2016. GODINU




**6,9%**

RASTA PRIHODA OD  
PRODAJE OSTVARILO  
JE STRATEŠKO  
DISTRIBUCIJSKO  
PODRUČJE HRVATSKA  
U ODNOSU NA  
2016. GODINU



reni izvrsni rezultati, koji su bili podržani izvanrednim naporima u distribuciji. Povrh toga, u segmentu vitaminskih instant napitaka Cedevida je zabilježila rast od 8%, što je rezultat napora uloženi u razvoj kategorije, obogaćivanje prodajnih mjesta i prevladavanje zastoja u prodaji vezanih uz Agrokor na kraju prvog i početku drugog kvartala 2017. godine. Segment slatko i slano zabilježio je rast od 12% u odnosu na 2016. godinu. Ti su izvanredni rezultati ostvareni fokusiranjem na kategoriju keksa, uz stabilnu prodaju ključnih brendova. U segmentu kave Barcaffè je porastao za 9%. Povećanje cijena na početku 2017., koje je bilo nužno zbog rasta cijene sirovine, nije imalo negativan učinak na prodaju. Kad je riječ o principalskim brendovima, Ferrero je u 2017. porastao za 6%, što je rezultat izvanserijske distribucije tijekom sezonskih vrhova (u smislu brzine pripreme i rezultata dostave). Usporedno s fokusom na kupce, naši su napori donijeli pozitivne rezultate strateški važnih brendova. Impulsna priroda brenda Wrigley u kategoriji žvakaćih guma usko je povezana s vidljivošću u zoni blagajne te je bilo potrebno kompenzirati utjecaj Agrokoru zbog broja njegovih blagajni na tržištu. To smo uspjeli postići stvaranjem više točaka izloženosti na prodajnim mjestima, provedbom relevantnijih aktivnosti te postizanjem maksimalne razine distribucije u sezoni, što je dovelo do rasta prihoda od 2%. Zahvaljujući velikim naporima u prilagodavanju marketinških planova u cijeloj mreži klijenata, uspjeli smo i kod Unileverovog programa ostvariti rast prihoda od 1 %, usprkos činjenici da je lanac Kozmo preuzet od njihovog konkurenta, kao i da je kod ovog programa izloženost Konzumu značajnija nego kod ostalog distribucijskog portfelja.

Krajem 2017. godine sklopljen je ugovor s kompanijom Mars, koji obuhvaća distribuciju cjelokupnog Marsovog portfelja na hrvatskom tržištu. Atlantic s distribucijom počinje u veljači 2018. godine, a očekivani prihodi iznose oko 100 milijuna kuna godišnje. Novi proizvodni asortiman uključuje robne marke kao što su Twix, Mars, Bounty, Snickers, M&M's, Pedigree, Whiskas, Kitekat i Uncle Ben's. Atlantic Grupa još od 1991. godine distribuira Wrigley asortiman, koji od 2008. postaje dio Mars kompanije. Zahvaljujući odličnim rezultatima i kvaliteti usluge partnerstvo je prošireno i na preostali Marsov asortiman.

Optimizacija logistike osigurana je kroz kontinuirana poboljšanja učinkovitosti koja su rezultat primjene radnog procesa dostave u cijelom svom opsegu, preload dostava iz proizvodnih pogona prema ključnim klijentima, tour-retour dostava za palete iz distribucijskih centara upućene proizvodnim pogonima, preload dostava iz centralnog skladišta u skladište Bionatura Bidon Vode itd. Tijekom 2017. godine suočili smo se dodatnim izazovima u pogledu razumijevanja kupaca i razloga za promjene mjesta gdje obavljaju kupovinu. Suočeni s tržišnom krizom koju je uzrokovalo stanje u Agrokoru, brojni su brendovi bili svjesniji potrebe, spremniji i poduzetniji u traženju alternativnih kanala, kupaca, aktivnosti ili promocija kako bi stvorili prilike za rast. Ovaj proces grubog buđenja promijenio je tržište robe široke potrošnje u Hrvatskoj, što će se po našem mišljenju pokazati korisnim za otkrivanje novih prilika i načina za postizanje rasta u 2018. godini. Horizontalni rast prodajnog tržišta podržan je kontinuiranim kapitalnim ulaganjima, posebno u pogledu montaže nove coffee-to-go i rashladne opreme za pića te zadržavanja postojećih pozicija.

Konačno, slijedili smo našu stratešku odrednicu pružanja vrhunske fizičke raspoloživosti proizvoda jačanjem distribucijskog modela pristupa tržištu („route-to-market“). Provedena poboljšanja i povećana učestalost posjeta osigurali su nam vidljivost i prodaju zastupljenih brendova na neposredan način (u kategoriji pića zabilježen je rast od 11,7% ili 18,1 milijuna kuna u odnosu na prethodnu godinu). Portfelj Atlantic Tradea u većini je slučajeva ostvario bolje rezultate od ciljanih konkurenata u smislu pozicioniranja proizvoda, osiguravajući brendovima relevantne i kontekstualne dodirne točke. Osim toga, distribucija u ljetnoj sezoni podignuta je na višu razinu, stvarajući nova područja za penetraciju brendova i osiguravajući poboljšanje njihova dosega.

Unutar SDP-a Hrvatska djeluje i tvrtka Bionatura bidon vode, koja većinu prihoda ostvaruje od prodaje vode Kala, koju zajedno s najkvalitetnijim aparatima za vodu dostavlja u bidonima, nudeći tako prirodnu izvorsku vodu na dohvata ruke. U 2017. godini prihod Bionature rastao je za 10%, a u rastu su prednjačili Kala bidoni te vitaminski instant napici pod brendom Cedevida.





## DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA

Distribucijsko područje Slovenija (DP Slovenija) je u 2017. godini poslovalo stabilno i potvrdilo status najvećeg distributera proizvoda široke potrošnje u Sloveniji. Neto prihodi su organski porasli za 1,8% u odnosu na 2016. godinu, zajedno s rastom profitabilnosti distribucijskog područja.

Tržište Slovenije s pozicije potrošača bilježi blagi rast od 2%, ali još uvijek zaostaje za prvom pretkriznom godinom s obzirom da je indeks potrošnje robe široke potrošnje (FMCG – hrana, pića i duhanski proizvodi) tek na razini 89 (2017.godina/2010.godina). Uzrok takvog indeksa je u pritisku na cijene od strane brzo rastućeg „hard discount” kanala maloprodaje, koji predstavlja 23% maloprodajnog tržišta te u promijenjenim kupovnim navikama krajnjih potrošača.

U pogledu fizičke dostupnosti, koja se odražava u numeričkim i ponderiranim težinskim razinama distribucije brendova u portfelju distribucijskog područja Slovenija, svi rezultati su bolji od planiranih te bolji od ciljanih konkurenata.

Unatoč stagnirajućem tržištu, uspjeli smo ostvariti respektabilan rasti prodaje pojedinih brendova odnosno grupa proizvoda:

- Donat Mg u kategoriji mineralnih voda +3%
- Argeta u kategoriji delikatesnih namaza +7%
- Cedevita u kategoriji instant vitaminskih napitaka +5%
- Ferrero u kategoriji čokoladnih proizvoda i pralina +4%
- BiC u kategoriji brijača za jednokratnu upotrebu +7%

U svim navedenim kategorijama rast prodaje predstavlja organski rast, koji je viši od rasta tržišta u kojem nastupaju pojedini brendovi, a to znači jačanje brendova i njihovih udjela u kategorijama u odnosu na konkurenciju. Svi navedeni brendovi zauzimaju prvo mjesto po tržišnom udjelu u svojim kategorijama.

U 2017. godini dodatan fokus je bio stavljen na naplatu potraživanja od kupaca što to je dovelo do pada dana naplate potraživanja za 8%. Konačni ukupan odlični rezultat ukazuje na kontinuiranu kontrolu operativnih troškova, naplate i stalnog korištenja prodajnih prilika, koje realiziramo na izuzetno koncentriranom i konkurentnom tržištu Slovenije.

# 1,8%

RASTA NETO PRIHODA  
OSTVARILO JE  
DISTRIBUCIJSKO  
PODRUČJE SLOVENIJA  
U ODNOSU NA  
2016. GODINU

- SDP HRVATSKA
- SDP SRBIJA
- DP SLOVENIJA



## STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZONA ZAPAD



### DACH i Beneluks

U Njemačkoj je tijekom 2017. godine zabilježena 23% niža prodaja u odnosu na 2016., koja je u najvećoj mjeri uzrokovana padom prodaje u kategoriji sportske i aktivne prehrane, a što je u određenoj mjeri kompenzirano rastom segmenata kave i gourmet proizvoda te principalskih brendova. Distribucijsko poslovanje u Austriji je u 2017. godini zabilježilo rast prodaje od 1% u odnosu na 2016., što je rezultat rasta prodaje u svim kategorijama osim sportske i aktivne prehrane. Segment masovnog tržišta ostvario je rast zbog jačeg fokusa i partnerstva s novim klijentima (Lidl, DM i druga manja prodajna mjesta), dok je u sportskom kanalu zabilježen pad prodaje. Na policama supermarketa odlične su rezultate postigli Argeta i Bakina Tajna, dok su asortimani brendova Cockta, Grand kafa i Štark zabilježili rast u etno-segmentu masovnog tržišta.

Tržišta Švicarske i Beneluksa rastu u bliskoj suradnji s odabranim vanjskim partnerima. Na oba je tržišta ostvaren zdravi rast prihoda. Na tržištu Švicarske Argeta je preuzela vodstvo ispred domicilne robne marke i ostvarila gotovo 30%-tni tržišni udio.

### Distribucijska regija Mediteran, Južna Amerika i UK

Zbog nezadovoljavajuće je profitabilnosti SDP Sportska i aktivna prehrana značajno povećao cijene na svim tržištima, što je dovelo do nižih prihoda od prodaje. Većina proizvoda iz drugih kategorija također je zabilježila pad prodaje, pri čemu je najveći pad zabilježilo Ujedinjeno Kraljevstvo. Iznimke su bile segment Gourmet s rastom od 15% i dvostruko veći prihod od distribucije principalskih brendova, što se uglavnom odnosi na brend Nocco.

### PDR Središnja Europa i Prekomorska tržišta

Rast u SAD-u i Kanadi potaknut je novom proizvodnjom pileće paštete i većim fokusom sadašnjeg distributera na naše brendove. U Švedskoj je prodaja porasla za 15% uslijed dvoznamenkastog rasta brendova Argeta, Grand kafa i Štark, kao i odličnih rezultata „in-and-out” promocija Cockte u Lidlovim supermarketima. Tržišta Australije i Azije te ostala srednjoeuropska tržišta zabilježila su prihode na razini 2016. godine.

Zbog restrukturiranja poslovanja Sportske i aktivne prehrane koja je provedena u 2017. godini bilo je potrebno promijeniti distribucijski pristup Atlantic Grupe u zapadnoeuropskim zemljama. Sukladno tome, Atlantic Grupa promijenit će model pristupa tržištu („route-to-market”) u Ujedinjenom Kraljevstvu, Španjolskoj, Italiji i Njemačkoj prelaskom s vlastitih distribucijskih kompanija na partnerstva s vanjskim distributerima. U skladu s tom odlukom ured u Barceloni zatvoren je 31. srpnja 2017., a roba je prebačena u skladište u Italiji, te se od kolovoza 2017. godine isporuke vrše iz Italije. U rujnu je zaposlen novi prodajni zastupnik. U Italiji i Ujedinjenom Kraljevstvu novi model pristupa tržištu primijenit ćemo tijekom 2018. godine. Distribucija u Ujedinjenom Kraljevstvu bit će organizirana preko lokalnog distributera više brendova sportske prehrane Body Temple.

U Njemačkoj je Sportska i aktivna prehrana već tijekom 2017. godine prešla na novog distributera za masovno tržište Genuport, a ostala Strateška poslovna područja će na vanjske distributere preći tijekom 2018. godine. Poslovanje u Austriji ostaje samostalno distribucijsko područje te će i dalje imati cjeloviti organizacijski ustroj za pružanje potpore svim Strateškim poslovnim područjima u svim prodajnim kanalima u Austriji.

Na svim ostalim tržištima zadržat ćemo postojeći model distribucije koji pretpostavlja suradnju s vanjskim distributerima.


  
**13%**

RASTA PRIHODA  
OSTVARILA JE STRATEŠKA  
DISTRIBUCIJSKA REGIJA  
HoReCa U ODNOSU NA  
2016. GODINU

## STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA HoReCa



Kao i u prethodnim godinama, fokus Strateške distribucijske regije HoReCa (SDR HoReCa) koja obuhvaća poslovanje u Hrvatskoj, Srbiji, Sloveniji i Makedoniji, u 2017. godini bio je na ostvarivanju značajnih stopa rasta, uz kontrolu troškova i zadržavanje profitabilnosti. Treću godinu za redom ostvaren je dvoznamenkasti rast prihoda, u podjednakoj mjeri ostvaren zahvaljujući rastu prodaje vlastitih brendova i rastu prodaje postojećih principala. Ukupan rast je iznosio čak 13%, a najveći efekt došao je od rasta prihoda od prodaje vitaminskih instant napitaka Cedevida, kao i cjelogodišnjeg efekta prodaje principala Beam Suntory na tržištima Srbije i Makedonije.

Lojalnost potrošača brendu Cedevida (VIN 19g) pridonijela je dvoznamenkastom rastu prihoda (19%), čime Cedevida i dalje ostaje perjanica našeg poslovanja. U segmentu espresso kave fokusirali smo se na profitabilnost espresso aparata, ali i jačanje tržišnog udjela uz ugovaranje suradnje s 610 novih kupaca, što nam je osiguralo stabilan rast prodaje od 11% u navedenom segmentu.

SDR HoReCa i dalje proaktivno traži nove potencijale u prodaji postojećeg portfelja, ali i teži jačanju tržišne pozicije s novim partnerima, s ciljem ispunjavanja potreba konkurentnog tržišta i povećanja učinkovitosti poslovanja. Zahvaljujući posvećenosti rezultatu, HoReCa je ostvarila i značajan rast profitabilnosti, koji je izvanredan temelj za budući rast.

## DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA



  
**2%**

RASTA PRIHODA  
OSTVARILO JE  
DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE  
MAKEDONIJA U ODNOSU  
NA 2016. GODINU

Distribucijsko područje Makedonija (DP Makedonija) je u 2017. godini zabilježilo rast, kao i povećane prihode kompanije zajedno s odgovarajućim rastom dobiti. DP Makedonija ostala je jedna od vodećih distributera robe široke potrošnje u Makedoniji. Sa širokim i diversificiranim portfeljem visokokvalitetnih proizvoda, naša kompanija zadovoljava niz potrošačkih potreba. Osim poznatih domaćih brendova, DP Makedonija distribuira i proizvode sljedećih poznatih međunarodnih kompanija, pri čemu je naš konačni cilj visoka razina zadovoljstva naših potrošača:

- Ferrero
- Bar Latte
- Beam Suntory

U odnosu na 2016. godinu, DP Makedonija ostvarila je rast prihoda od 2% te čak i veći rast dobiti, što je rezultat odlične organizacije kao i procesa koji Atlantic Grupa upotrebljava za ponudu svojih proizvoda. Iako ove godine nismo stekli nove principale, snažno smo fokusirani na razvoj postojećih principala i jačanje njihovih pozicija na domaćem tržištu. Najbolje prodavani brend u 2017. je Grand kafa (30% ukupnih prihoda), a slijedi je Argeta (26% ukupnih prihoda), dok treće mjesto drži vanjski principal Ferrero (19% ukupnih prihoda) koji svake godine ostvaruje dodatni rast na tržištu Makedonije.

Naši se proizvodi nude na 3.027 prodajnih mjesta, od čega 154 hiper i supermarketa, 312 velikih trgovina, 1.485 srednjih i malih trgovina, 213 benzinskih postaja, 197 kioska, 148 veletrgovaca i ostalih prodajnih mjesta, uz troškove pružanja usluge klijentima („cost-to-serve“) od 12%.

Organizacijski, naša 24-satna dostava iz dva skladišta podijeljena je na segmente maloprodaje i HoReCa/Pharma te se temelji na vlastitoj i eksteraliziranoj logistici i prijevozu. Svakog je dana 131 zaposlenik fokusiran na poboljšanje i promociju proizvoda i kompanije, koji su raspodijeljeni u različite odjele prema funkciji, uključujući i HoReCa segment. U budućnosti očekujemo daljnji rast prihoda i poboljšanje operativne učinkovitosti.

■ SDR HoReCa -  
HRVATSKA, SRBIJA,  
SLOVENIJA I MAKEDONIJA



## STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZND I BALTIK



U okruženju relativne stabilnosti i uz prve znakove gospodarskog oporavka, SDR ZND fokusiran je na izgradnju platforme za poduzimanje daljnjih koraka prema održivosti i rastu. Poduzete su mjere jačanja strukture kompanije, osiguravanja dodatne stručnosti i konsolidacije najboljih poslovnih praksi kako bi bili spremni za velike tržišne i poslovne izazove, kao što su jačanje i širenje maloprodaje, usporavanje distribucijskih kanala i gospodarska nesigurnost.

Naše distribucijske kapacitete razvijamo s fokusom na osnovne stupove poslovanja: ljude, brendove i tržišta. Uspostavljamo poduzetne timove usmjerene na brendove i kanale te poboljšavamo prisutnost na policama, marketinške aktivnosti i vidljivost proizvoda u trgovinama. Trenutno smo fokusirani na tržište Rusije, dok istodobno povećavamo našu prisutnost na tržištima ZND-a.

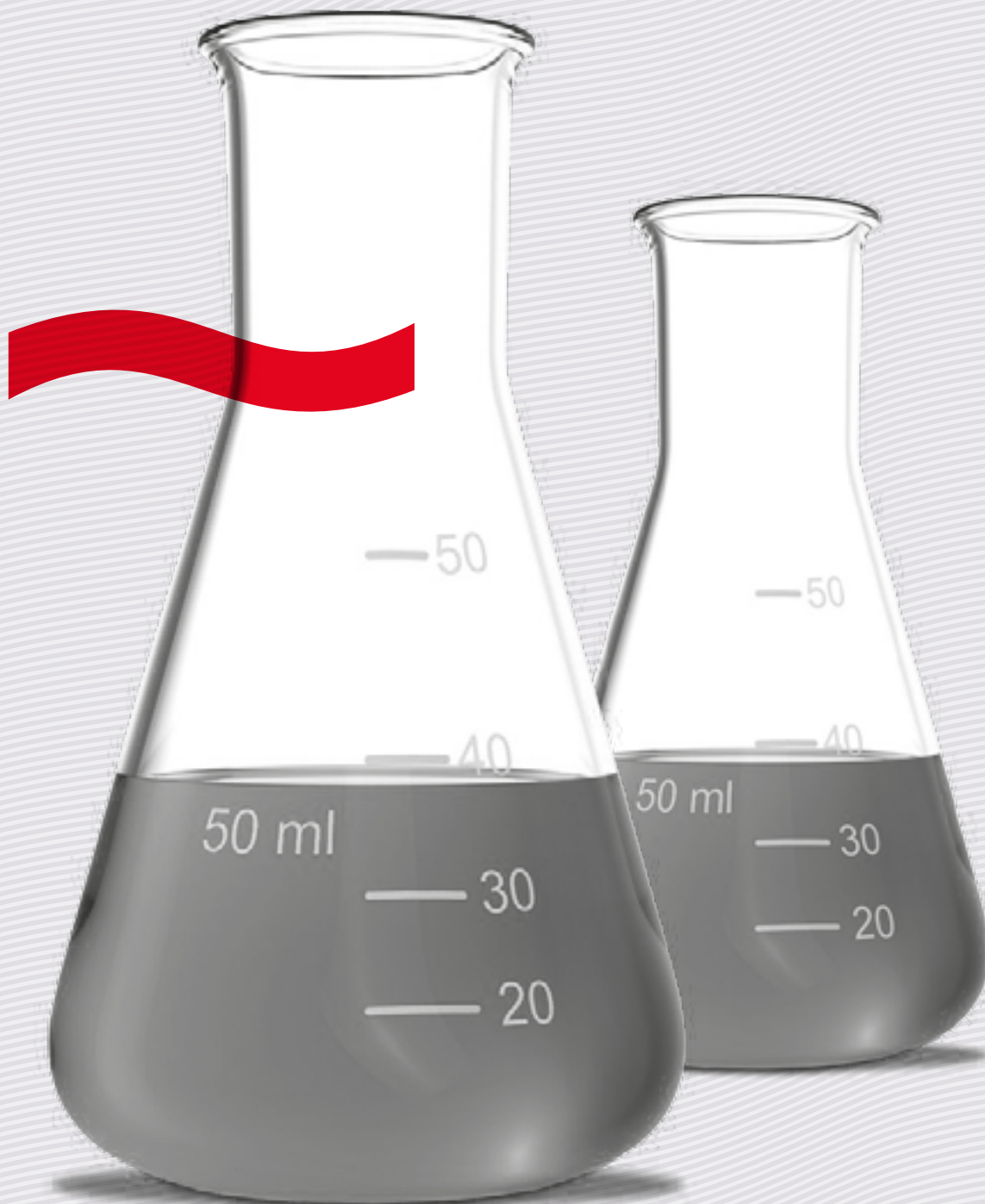
Dok je zadovoljstvo kupaca iznimno važan kriterij za uspjeh neke kompanije, cijeni se i profitabilnost. Prilagodavanjem načina na koji pružamo usluge našim klijentima uz istodobno poboljšanje izvrsnosti tih usluga postigli smo učinkoviti odnos troškova pružanja usluge („cost-to-serve”) pojedinačnim ključnim klijentima. Uvjeti ugovora s klijentima izmijenjeni su radi povećanja dobiti.

Sve navedeno proizlazi iz strategije SDR-a ZND koja se odnosi na korištenje snažnih kompetencija i „know-how”-a (poznavanje tržišta, odnos s tržišnim igračima, profesionalni tim) kako bi se osigurale visokokvalitetne distribucijske usluge koje su prilagođene klijentu te donose vrijednost za partnere i brendove. Rezultati se ogledaju u značajnom rastu prodaje svih naših glavnih brendova: dječje hrane pod brendom Bebi, funkcionalnih voda pod brendom Donat Mg te delikatesnih namaza pod brendom Argeta. Visoki natalitet i oporavak gospodarstva otvaraju nove mogućnosti za daljnji razvoj poslovanja kompanije na tržištu Zajednice nezavisnih država, kojem će se i dalje posvećivati jasan fokus usmjeren na njegovo jačanje.



- SDR ZND (ARMENIJA, BJELORUSIJA, KAZAHSTAN, KIRGISTAN, MOLDAVIJA, RUSIJA, TADŽIKISTAN, TURKMENISTAN, UKRAJINA, UZBEKISTAN)







## Kontrola kvalitete

Procesi kontrole kvalitete u Atlantic Grupi organizirani su unutar nezavisnih odjela Osiguranja kvalitete u operativnom poslovanju kompanije, a usmjereni su prema uravnoteženim ciljevima s korporativne razine. Odjeli kontrole kvalitete međusobno izmjenjuju dobru praksu te iz godine u godinu postavljamo realne, ali izazovne ciljeve te paralelno optimiziramo aktivnosti bez povećavanja rizika za proizvod.

Takva složenost organizacije omogućava:

- koordinirano praćenje zakonske regulative,
- implementaciju najbolje prakse,
- optimalno unapređenje i korištenje stručnog znanja s područja mikrobioloških, kemijskih i drugih vrsta opasnosti,
- centralizirano upravljanje dobavljačima po pitanju kvalitete ulaznih materijala,
- dobru i koordiniranu suradnju s ostalim poslovnim procesima,
- specijalizaciju sustava osiguranja kvalitete po specifičnosti problematike pojedinih strateških poslovnih područja,
- sljedivost i održavanje visoke razine kvalitete u svim fazama transporta, skladištenja i distribucije do kupca.

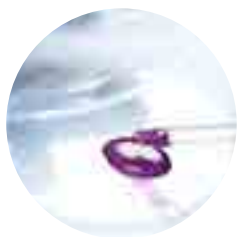
Standardno visoka razina kvalitete proizvoda Atlantic Grupe, koja je prepoznatljiva potrošaču, kreće od samog početka razvoja novog ili tijekom usavršavanja postojećeg proizvoda. U skladu sa strategijama pojedinih strateških poslovnih područja, za proces osiguranja kvalitete redovno se analiziraju novi rizici i implementiraju mjere, kako bi se omogućila realizacija zadanih strateških ciljeva.

U proizvodnji zdravstveno sigurnih proizvoda važnu ulogu imaju izbor polaznih materijala (bez toksičnog i alergičnog djelovanja, bez GMO i sl.), kontrola kvalitete svih ulaznih sirovina i materijala, praćenje svih faza proizvodnje i distribucije, potvrđivanje kvalitete gotovih proizvoda i praćenje zadovoljstva potrošača.

Dvije su najvažnije novosti koje su u 2017. uvedene u svim proizvodnim lokacijama. Definirana je metodologija nadzora moguće patvorenosti sirovina, na temelju smjernica koje je izdao British Retail Consortium. Navedena metodologija predviđa prepoznavanje vjerojatnosti patvorenosti, ocjenu izloženosti i planiranje dodatnih kontrolnih mjera za nadzor nad tim rizikom. U 2018. godini, svi proizvodni programi imaju zadatak implementirati metodologiju u svoje operativno poslovanje. Osim toga, povezani smo izravno s našim dobavljačima materijala pomoću digitalne platforme u oblaku „Ecratum”. Prvi cilj navedenog povezivanja je dioba dokumenata i informacija važnih za kvalitetno upravljanje rizikom na ulaznim materijalima. Očekujemo da ćemo ovim putem u 2018. značajno povećati transparentnost i brzinu upravljanja informacijama te osloboditi vrijeme za upravljanje novim rizicima.

Uz navedeno, u pojedinim poslovnim područjima proveli smo određena dodatna specifična unapređenja, poput unaprjeđenja u:

- Strateškom poslovnim području Kava, gdje je implementirana nova metodologija nadzora sigurnosti i kvalitete aparata i napitaka iz tih aparata u proizvodnom segmentu Barcaffè2GO, na tržištima Slovenije, Hrvatske i Srbije;
- Strateškom poslovnim području Delikatesni namazi, gdje je implementiran nadzor nad ugovornom proizvodnjom namaza, koja je započela u Americi i ugovornom proizvodnjom povrtnih namaza u Italiji;
- Poslovnim području Dječja hrana, gdje je nadograđen nadzor nad alergenima kroz prikupljanje dodatnih informacija od dobavljača.

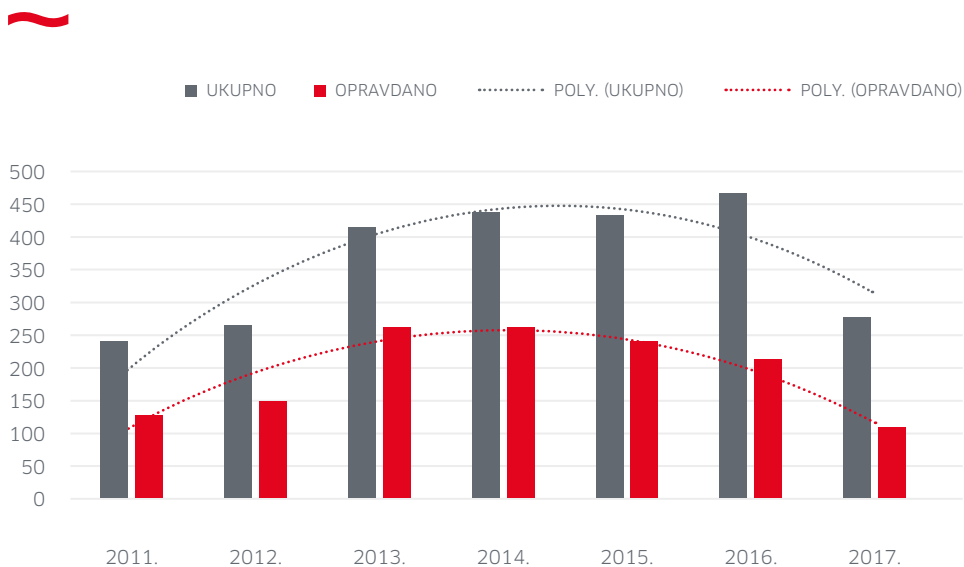


Unutar internog programa unapređenja funkcionalnih znanja iz područja kontrole kvalitete pokrenutog pod nazivom „Functional Lab Quality” nastavili smo izvoditi redovni plan edukacija, dok smo na našoj redovnoj godišnjoj konferenciji osiguranja kvalitete obradili sljedeće teme:

- nova metodologija i rizici u poveznici s patvorenošću hrane (food fraud),
- novi mikrobiološki rizici i njihovo savladavanje,
- nova znanja na području savladavanja HMF i korištenja stevije,
- Nova znanja s područja identifikacije alergena i rizika kontaktnih materijala,
- upravljanje kvalitetom usluga koje direktno utječu na kvalitetu proizvoda (transport, usluge higijene i sl.)

Efikasnost procesa osiguranja kvalitete procijenjena je na osnovu postizanja ciljnih vrijednosti za ključne indikatore, kao što su broj reklamacija potrošača i broj povlačenja proizvoda s tržišta. U 2017. godini veliki trud smo uložili u prikupljanje i analiziranje povratnih informacija naših potrošača zaprimljenih preko našeg pozivnog centra. Trend praćenja reklamacija s tržišta pokazuje odlične rezultate kontinuiranog smanjenja ukupnog broja reklamacija u odnosu na prethodne godine.

## BROJ REKLAMACIJA OD 2011.-2017.



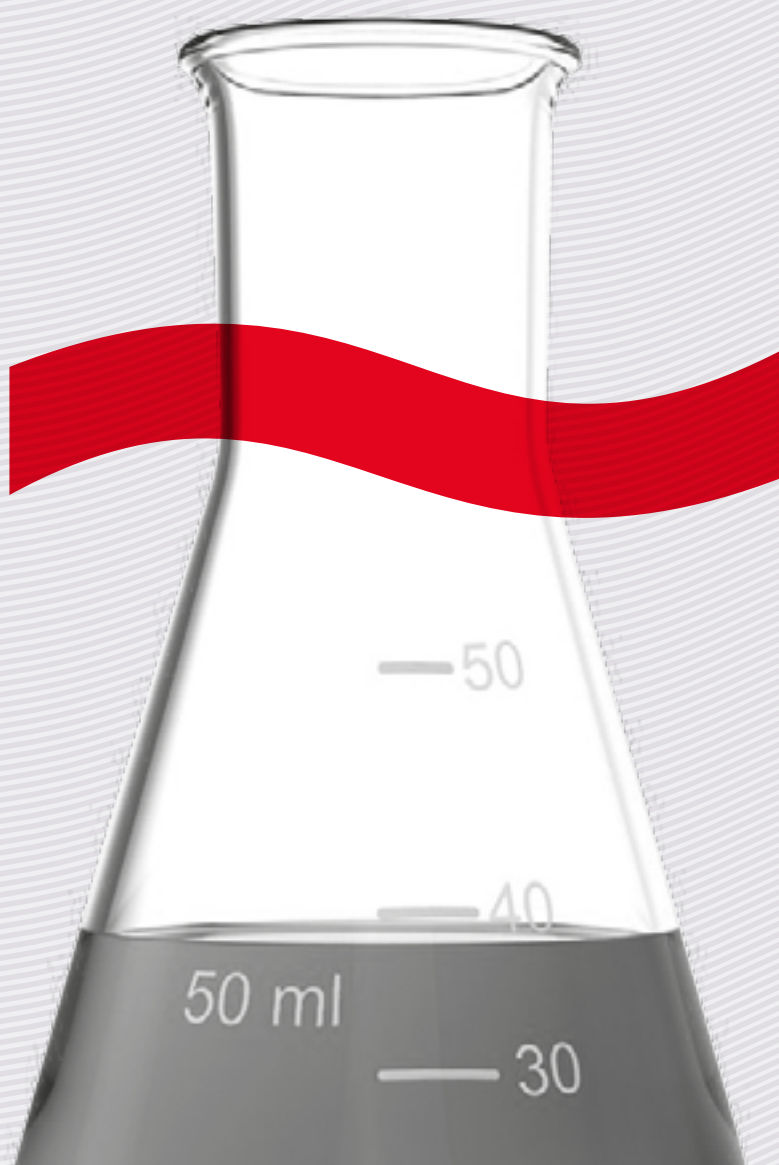
Preventivni program nadzora zdravstvene ispravnosti predviđa kontrolu ostataka pesticida, teških metala, alergena, mikotoksina, akrilamida, alkaloida, PAH i dioksina, nitrata, farmakološko aktivnih tvari, estera masnih kiselina u proizvodima s visokim sadržajem masti i kontaminanta migracije iz kontaktne ambalaže. U 2017. godini značajno smo pojačali nadzor nad sadržajem akrilamida u proizvodima Soko Štarka, kako bi cijeli asortiman različitih slatkih i slanog proizvoda potpuno uskladili s visokim zahtjevima EU regulative koja je preporučila nove orijentacione vrijednosti za proizvođače.

Laboratorijska ispitivanja ulaznih materijala, poluproizvoda i gotovih proizvoda provode se u tri centralna laboratorija koji su specijalizirani za kemijska, senzorička i mikrobiološka ispitivanja s vrhunskom mjernom opremom. Pravilnost mjernih rezultata redovno se potvrđuje metodom suradnje unutar međunarodnog laboratorijskog ispitivanja.

Dodatan napredak u 2017. godini ostvaren je i u područjima upravljanja sigurnosti i kvalitetom proizvoda u dijelu poslovanja koji se odnosi na distribuciju prehrambenih proizvoda. U Sloveniji i Hrvatskoj smo distributivna operativna društva certificirali za distribuciju BIO proizvoda. Tijekom 2017. godine smo već usvojenu dobru poslovnu praksu upravljanja vlastitim distribucijskim lancima u regiji (kao što su definiranje kvalitete usluge skladištenja, transparentni i čvrsto definirani procesi upravljanja reklamacijama i kriznim situacijama i slično), počeli implementirati u procese poslovanja s našim vanjskim ugovorenim distributerima.

Podrška poslovanju na području osiguranja kvalitete su napredna informacijska rješenja implementirana u sustav Grupe. SAP modul kontrole kvalitete implementiran je u našim društvima na tržištu Slovenije te određenim društvima na tržištu Hrvatske, dok ostale lokacije Atlantic Grupe po istom modelu koriste razvijena interna IT rješenja operativna na sličnim platformama.

Zadovoljni rezultatima u 2017. i u narednoj ćemo godini nastaviti s poboljšanjima i automatizacijom kontrolnih postupaka, stjecanjem daljnje izvrsnosti te nadogradnjom stručnog znanja.



## **Financijsko poslovanje** Atlantic Grupe



\* **DRVO NOVCA**  
Crassula ovata

**ZORAN STANKOVIĆ**  
POTPREDSJEDNIK ZA FINANCIJE




## Izjava potpredsjednika za financije

**ATLANTIC GRUPA** je i u 2017. godini, već desetu godinu za redom, nastavila niz uspješnog ostvarivanja zacrtanih poslovnih planova. Javno najavljena očekivanja ispunjena su u potpunosti te je ostvaren solidan rast prihoda, kao i značajan rast profitabilnosti. Rast prihoda je ostvaren u jednakoj mjeri od vlastitih i principalskih brendova, pri čemu su izvrsne rezultate ostvarila većina poslovnih i distribucijskih područja, odnosno sva najveća tržišta Atlantic Grupe. Poseban izazov predstavljala su ograničenja u suradnji s ključnim kupcem, odnosno maloprodajnim lancima u sastavu Agrokora, koja su uspješno prebrodona izvrsnom suradnjom s ostalim kupcima, što je u konačnici dovelo do rasta prodaje na tržištima Hrvatske, Slovenije i Srbije. Dodatno, zahvaljujući dosljednom upravljanju kreditnim rizikom, Atlantic Grupa je zadržala izloženost prema poduzećima u sastavu Agrokora na prihvatljivoj razini te je prilikom stupanja na snagu Zakona o postupku izvanredne uprave u trgovačkim društvima od sistemskog značaja za Republiku Hrvatsku, Atlantic Grupa imala gotovo isključivo tzv. granična potraživanja za koja se u postupku nagodbe očekuje potpuna naplata. Naplata potraživanja za isporuke Agrokoru u Hrvatskoj izvršene nakon stupanja navedenog zakona na snagu, kao i za isporuke u Srbiji i Sloveniji, bila je redovita.

Atlantic Grupa kontinuirano upravlja financijskim i poslovnim rizicima, pravovremeno ispunjava svoje obaveze i vodi brigu o dugoročnoj financijskoj stabilnosti kompanije. Restrukturiranje Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana te s time povezana prodaja dvaju tvornica (Nova Gradiška i Bleckede), omogućila je dodatno razduživanje te je zaduženost mjerena omjerom neto duga i EBITDA (zarada prije kamata, poreza i amortizacije), na kraju 2017. godine iznosila 2,3. Zahvaljujući nižoj razini zaduženosti, ostvarene su povoljnije kamatne stope na kredite čime su smanjeni financijski troškovi. Rast profitabilnosti, odlično upravljanje likvidnošću dokazano snažnim rastom novčanog toka iz poslovnih aktivnosti te kontinuirano smanjenje zaduženosti pružaju nam odličnu osnovu za još brži i snažniji rast.

I dalje smo aktivan sudionik na dioničkom tržištu te se dionica Atlantic Grupe nalazi na šestom mjestu gledano prema ukupnom prometu dionica na službenom tržištu Zagrebačke burze, što možemo zahvaliti transparentnom sustavu korporativnog upravljanja, odličnim poslovnim rezultatima, stabilnoj vlasničkoj strukturi i free float-u od 44%, a redovnom isplatom dividende i u 2017. godini našim dioničarima je isplaćeno ukupno 45 milijuna kuna.

## Dinamika prihoda od prodaje u 2017. godini

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

(u milijunima kuna)	2017.	2016.	2017./2016.
SPP Kava	1.098,4	1.064,7	3,2%
SPP Slatko i slano	678,4	651,3	4,2%
SPP Pića	677,0	630,8	7,3%
SPP Zdravlje i njega	583,6	545,2	7,0%
SPP Delikatesni namazi	581,0	543,0	7,0%
SPP Sportska i aktivna prehrana*	384,6	449,3	(14,4%)
* Od toga uslužna proizvodnja za treće	194,3	177,2	9,7%
SDP Srbija	1.134,6	1.101,1	3,0%
SDP Hrvatska	1.035,9	968,8	6,9%
DP Slovenija	767,8	754,4	1,8%
SDR Zona Zapad	419,4	503,1	(16,6%)
Ostali segmenti*	862,8	763,0	13,1%
Usklada**	(2.916,7)	(2.868,5)	n/p
Prihod od prodaje	5.306,8	5.106,3	3,9%

~  
**5,3**

MILIJARDI KUNA  
PRIHODA OD PRODAJE  
U 2017. GODINI

**3,9%**

~  
RASTA U ODNOSU  
NA 2016. GODINU

Atlantic Grupa je u 2017. godini ostvarila **5,3 milijardi kuna prihoda od prodaje** što predstavlja rast od 3,9% u odnosu na 2016. godinu. Rast prihoda ostvaren je na krilima rasta gotovo svih vlastitih brendova te rasta prihoda od distribucije principalskih brendova, a unatoč padu prihoda prodaje u Strateškom poslovnom području Sportska i aktivna prehrana.

Unatoč značajnom negativnom utjecaju gubitka dijela prihoda ostvarenih preko najvećeg regionalnog maloprodajnog lanca, Atlantic Grupa je uspjela nadoknaditi izgubljene prihode te premašiti prihode ostvarene u 2016. godini višom prodajom ostvarenom preko ostalih kupaca. Tako je u 2017. godini na tržištima Srbije, Hrvatske i Slovenije ostvaren rast od čak 5,1% u odnosu na 2016. godinu.

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 ili Poslovnog područja, bilo kroz Strateška distribucijska područja, Strateške distribucijske regije i Distribucijska područja) dok prihodi od prodaje Strateških distribucijskih područja, Strateški distribucijskih regija i Distribucijskih područja obuhvaćaju prodaju proizvoda vanjskih principala kao i prodaju vlastitih proizvoda. Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu.

\* Ostali Segmenti uključuju SDR HoReCa, SDR ZND i Baltik, PP Dječja hrana, DP Makedonija, 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, SDR i DP kroz koje su proizvodi distribuirani.



- **STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA** zabilježilo je solidan rast prihoda od prodaje ponajviše zahvaljujući dobrim rezultatima ostvarenima na srpskom, bosanskohercegovačkom, slovenskom i hrvatskom tržištu, a unatoč poteškoćama u suradnji s maloprodajnim lancima u sastavu koncerna Agrokor. Mjereno prema kategorijama, najveći vrijednosni rast bilježi turska kava, dok su postotno najveći dvoznamenkasti ostvarile kategorije espressa i instant turske kave (Black'n'Easy). Rast na gore navedenim tržištima je višestruko nadmašio pad na tržištu Makedonije, koje se cijelu godinu nalazilo pod snažnim cjenovnim pritiskom konkurencije. SPP Kava je lansiralo Barcaffè D.O.T. kapsule za aparat, zahvaljujući kojima je moguće u vrhunskom espressu uživati i kod kuće. Valja napomenuti da su Grand kafa i Bonito u Srbiji u studenom postigli vrijednosni tržišni udio od čak 54,2%, dok je Barcaffè u Hrvatskoj postigao rekordni vrijednosni tržišni udio od 17,4%. Barcaffè espresso je ujedno ostvario dvoznamenkasti rast u regionalnom HoReCa kanalu.



- **STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO** rast prihoda ostvarilo je prvenstveno zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima na tržištima Srbije, Bosne i Hercegovine i Crne Gore te dvoznamenkastim rastom na tržištu Hrvatske, čime je značajno nadmašen pad na tržištu Kosova. Izvrsne rezultate ostvarili su oba segmenta, a prednjače flips pod brendom Smoki, keksi, vafli i napolitanke, čokolade pod brendom Menaž i Najlepše želje, štapići pod brendom Prima te čokoladice pod brendom Bananica. Rastu su, osim odličnih prodajnih rezultata postojećih proizvoda, pridonijeli i brojni novi te prigodni akcijski proizvodi.



- **STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA** zabilježilo je značajan rast prihoda u gotovo svim kategorijama, zahvaljujući izvrsnim prodajnim rezultatima u Hrvatskoj, Sloveniji, Rusiji te Bosni i Hercegovini. U Hrvatskoj je najveći doprinos došao od vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevita koji su rast ostvarili u svim segmentima (retail, HoReCa i on-the-go, a zahvaljujući višoj prodaji postojećih proizvoda te inovacijama poput Chia Fresca by Cedevita), izvrsnih rezultata vode pod brendovima Kala i Kalnička, kao i rasta prodaje funkcionalnog pića Donat Mg. Donat Mg je ostvario značajan rast na svim tržištima na kojima je prisutan, pri čemu je najveći rast ostvaren na tržištu Rusije. Od većih tržišta blagi pad prihoda je zabilježen samo na srpskom tržištu, kao posljedice otežane suradnje s Mercatorom. Krajem godine lansirano je pakiranje Donata Mg od 0,2 litre posebno dizajnirano za restorane, hotele i wellness centre.



- **STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE ZDRAVLJE I NJEGA** bilježi izvrstan rast prihoda prvenstveno zahvaljujući rastu prihoda ljekarničkog lanca Farmacia te rasta prihoda od prodaje proizvoda Multivite (Vitamin C u Rusiji), Neve i Dietpharma. Farmacia rast bilježi zahvaljujući rastu prodaje postojećih lokacija, ali i otvaranju novih specijaliziranih prodavaonica.



- **STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI** značajan rast prodaje ostvarilo je na temelju dvoznamenkastog rasta prihoda na većini tržišta. Od regionalnih tržišta prednjače tržište Hrvatske, Srbije, Slovenije, Makedonije, Bosne i Hercegovine te Crne Gore, dok od ostalih tržišta značajni rast bilježe tržište Sjedinjenih Američkih Država, Švedske, Švicarske i Kanade. Važno je napomenuti da je Argeta u 2017. godini, uz vodstvo na tržištima Bosne i Hercegovine, Slovenije, Makedonije i Austrije, postala tržišni lider i na tržištu Švicarske, ispred domicilne robne marke. Rekordni rezultati na gore spomenutim tržištima višestruko su premašili niže prihode na tržištima Njemačke, Kosova i Australije. Rast je ostvaren i u mesnom i u ribljem segmentu, dok su sendviči pod brendom Montana zabilježili dvoznamenkasti rast na hrvatskom tržištu. Od novih proizvoda vrijedi spomenuti novi segment povrtnih namaza te brojne nove lokalne okuse delikatesnih namaza.

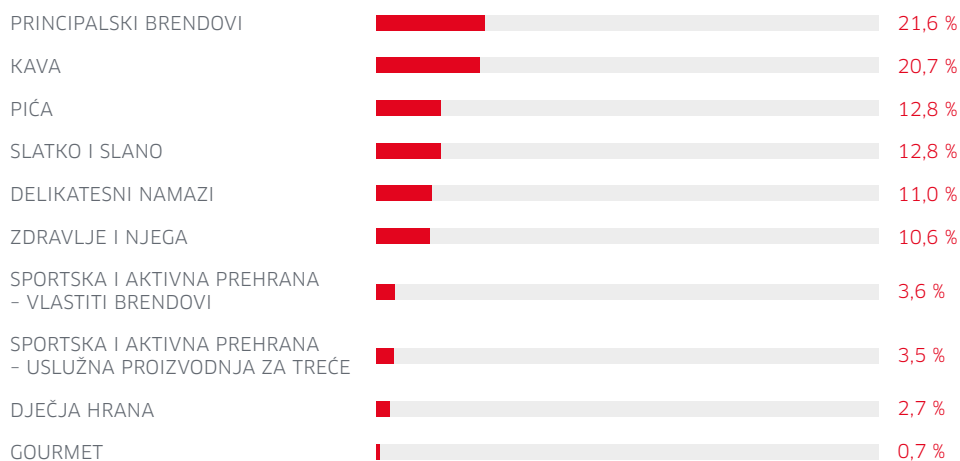
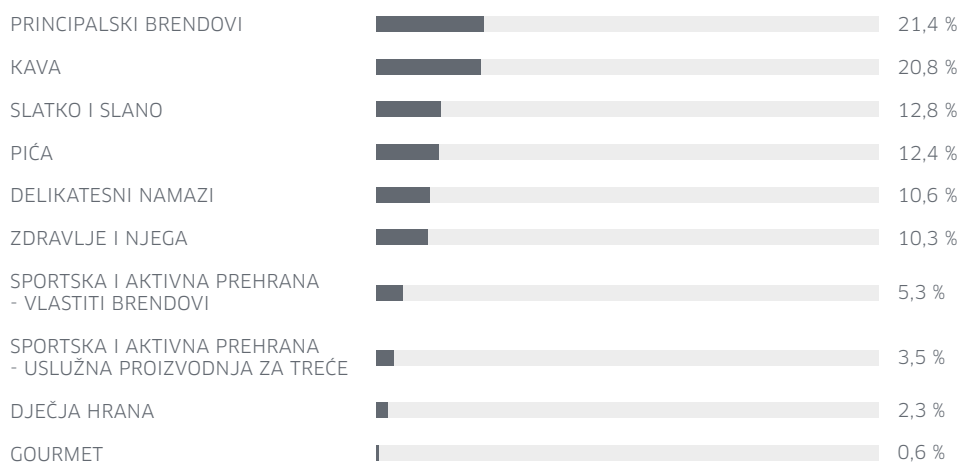


- **STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA** osjetan pad prodaje zabilježilo je nastavno na slabije prodajne rezultate vlastitih brendova Multipower, Multaben i Champ, kao posljedice restrukturiranja portfelja te raskinute suradnje s najvećim kupcem privatne robne marke na kraju prvog tromjesečja 2016. godine. Najveći pad zabilježen je na njemačkom tržištu koje generira oko 41% prodaje ovog poslovnog područja te na tržištima Ujedinjenog Kraljevstva, Španjolske i Italije.

- Rast prihoda **STRATEŠKOG DISTRIBUCIJSKOG PODRUČJA SRBIJA** ostvaren je zahvaljujući odličnim prodajnim rezultatima gotovo svih kategorija proizvoda, pri čemu je ostvaren rast prihoda i vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima najbolje su rezultate ostvarili Menaž, Keksići, Napolitanke, Smoki, Bananica i Prima štapići iz segmenta slatko i slano, turska kava pod brendom Bonito i instant turska kava Black'n'Easy, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te Bakina Tajna iz gourmet segmenta, a dobre prodajne rezultate ostvarili su i brendovi iz segmenta pića, Donat Mg i vitaminski instant napitak Cedevida. Kod principalskih brendova najveći rast su ostvarili Rauch, Beam Suntory i Alkaloid. Poteškoće u suradnji s Mercatorom koje su dovele do nižih ostvarenih prihoda ostvarene preko Mercatora Srbija nadmašili su značajno viši prihodi ostalih ključnih kupaca i prodajnih mjesta manjih formata, kao i početak suradnje s novim maloprodajnim partnerima.
- **STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA** zavidan rast prodaje ostvarilo je izvrsnim prodajnim rezultatima kako vlastitih, tako i principalskih brendova. Vlastiti brendovi su ostvarili rast u svim kategorijama proizvoda, a prednjače Cedevida iz segmenta vitaminskih instant napitaka, Kala i Kalnička u segmentu voda, Argeta iz segmenta delikatesnih namaza, Barcaffè iz segmenta kave, funkcionalno piće Donat Mg te Montana sendviči. Kod principalskih brendova najveći rast ostvarili su Ferrero, Philips, SABMiller, Wrigley i Vitamin Well. Zahvaljujući svemu navedenom, SDP Hrvatska je zabilježilo najviše ikada ostvarene prihode, a unatoč negativnom utjecaju suradnje s članicama koncerna Agrokor.
- **DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA** ostvarilo je rekordne prihode prodaje prvenstveno zahvaljujući odličnim rezultatima vlastitih brendova, pri čemu su najveći rast ostvarili kava pod brendom Barcaffè, delikatesni namazi pod brendom Argeta, funkcionalna pića pod brendom Donat Mg te vitaminski instant napitak pod brendom Cedevida. Među principalskim brendovima izvrsne rezultate i dalje ostvaruje Ferrero. Pad prodaje kod najvećeg kupca, Mercatora, nadoknađen je višom prodajom kod ostalih kupaca.
- **STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZONA ZAPAD** zabilježila je pad prodaje prvenstveno na tržištu Njemačke, ali i u Ujedinjenom kraljevstvu, Španjolskoj, Italiji i Turskoj. Navedeni je pad djelomično ublažen rastom prihoda na tržištu Sjedinjenih Američkih Država, Švedske, Francuske, Švicarske, Austrije i Kanade. Pritom je najveći dio pada rezultat pada prihoda u segmentu sportske i aktivne prehrane, dok su rast prihoda iskazali delikatesni namazi pod brandom Argeta, Cockta u segmentu pića, Bakina Tajna iz gourmet segmenta, Grand kafa iz segmenta kave, proizvodi iz Štarkovog asortimana te principal Nocco.
- **OSTALI SEGMENTI** dvoznamenkasti rast prihoda zabilježili su primarno kao rezultat rasta prihoda od prodaje Strateških distribucijskih regija ZND i Baltik te HoReCa, Poslovnih područja Dječja hrana i Gourmet te rasta prihoda Distribucijskog područja Makedonija.
- **POSLOVNO PODRUČJE DJEČJA HRANA** i **STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA ZND I BALTIK** zabilježili su značajan rast prihoda, kao rezultat povoljnijih komercijalnih uvjeta i poboljšane distribucije, uz dodatan pozitivan utjecaj ekonomskog oporavka u Rusiji i stabilizacije ruske rublje. Dvoznamenkasti rast ostvarili su prihodi od prodaje funkcionalnih pića pod brendom Donat Mg, prihodi od prodaje dječje hrane pod brendom Bebi (pretežno dječjih žitarica) te prihodi od prodaje Multivitaminog asortimana.
- **DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE MAKEDONIJA** rekordne prihode ostvarilo je na krilima rasta principalskog brenda Ferrero te vlastitog brenda Argeta iz segmenta Delikatesnih namaza, koji su premašili pad prihoda u segmentu kave, uzrokovan cjenovno agresivnom konkurencijom.
- Dvoznamenkasti rast prihoda **STRATEŠKA DISTRIBUCIJSKA REGIJA HoReCa** ponajviše zahvaljuje rastu prihoda od prodaje vlastitih brendova, ali i solidnim rezultatima principalskih brendova. Mjereno prema najvećim kategorijama proizvoda, dvoznamenkasti rast ostvaruju segmenti pića (vitaminski instant napici pod brendom Cedevida, voda pod brendovima Kala i Kalnička te funkcionalna pića pod brendom Donat Mg), segment kave (espresso kava pod brendom Barcaffè) te čokolada i Smoki iz segmenta slatko i slano. Od principalskih brendova rastom se ističu Nescafe i Beam Suntory.
- **POSLOVNO PODRUČJE GOURMET** zabilježilo je rast prihoda prvenstveno zahvaljujući rastu na tržištima Srbije, Austrije, Hrvatske i Njemačke, koji je značajno premašio pad prihoda na tržištima Makedonije, Bosne i Hercegovine, Rusije i Slovenije. Gledano prema brendovima, rast su iskazali i Bakina Tajna i Amfissa.



## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA

**2017.****2016.**

## PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA

(u milijunima kuna)	2017.	% prihoda od prodaje	2016.	% prihoda od prodaje	2017./2016.
Hrvatska	1.581,6	29,8%	1.471,0	28,8%	7,5%
Srbija	1.225,1	23,1%	1.183,7	23,2%	3,5%
Slovenija	883,6	16,7%	857,7	16,8%	3,0%
Bosna i Hercegovina	416,4	7,8%	396,6	7,8%	5,0%
Ostala tržišta regije*	345,5	6,5%	343,4	6,7%	0,6%
Ključna europska tržišta**	504,0	9,5%	514,0	10,1%	(1,9%)
Rusija i ZND	229,6	4,3%	186,5	3,6%	23,1%
Ostala tržišta	120,9	2,3%	153,4	3,0%	(21,2%)
Prihod od prodaje	5.306,8	100,0%	5.106,3	100,0%	3,9%

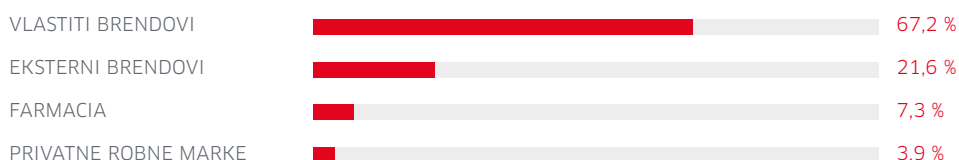
\* Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

\*\* Ključna europska tržišta: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija, Švicarska, Austrija, Švedska, Španjolska  
Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu.

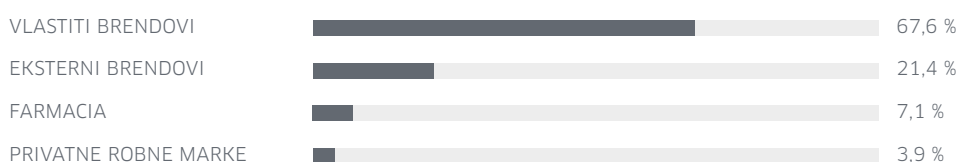
- Rast prodaje od čak 7,5% **TRŽIŠTE HRVATSKE** zahvaljuje rastu prihoda od svih kategorija proizvoda, pri čemu se ističu: (i) ljekarnički lanac Farmacia, (ii) vlastiti brendovi, prvenstveno Cedevisa u kategoriji vitaminskih instant napitaka, voda pod brendovima Kala i Kalnička, Argeta u kategoriji delikatesnih namaza, kao i kava pod brendom Barcaffè te (iii) vanjski principalni od kojih se ističu Ferrero, Philips, Sabmiller, Wrigley i Vitamin Well.
- TRŽIŠTE SRBIJE** zabilježilo je solidan rast prihoda zbog rasta prihoda od prodaje vlastitih brendova, među kojima prednjače: (i) Smoki, Bananica, Prima štapići te čokolada, keksa i napolitanki iz segmenta Slatko i slano, (ii) kava pod brendom Bonito, espresso kava pod brendom Barcaffè, kao i instant turska kava pod brendom Black'n'Easy, (iii) delikatesni namazi pod brendom Argeta te (iv) proizvodi iz Gourmet segmenta pod brendovima Bakina Tajna i Amfissa. Od principalskih brendova najveći rast prihoda su zabilježili Rauch, Beam Suntory te Alkaloid.
- Rast prihoda na **TRŽIŠTU SLOVENIJE** ostvaren je nastavno na: (i) rast prihoda kave pod brendom Barcaffè, (ii) rast prihoda Argete u kategoriji delikatesnih namaza te (iii) rast prihoda Donat Mg-a i Cedevisite u kategoriji pića.
- Na **TRŽIŠTU BOSNE I HERCEGOVINE** rast prihoda od 5,0% zabilježen je zahvaljujući rastu prodaje: (i) brenda Grand kafa u kategoriji turske kave, instant turske kave Black'n'Easy i Barcaffè espresso kave, (ii) vitaminskih instant napitaka pod brendom Cedevisa i funkcionalnih pića pod brendom Donat Mg, (iii) delikatesnih namaza pod brendom Argeta te (iv) čokolada pod brendom Najlepše želje i Menaž kao i vafla i keksa.
- Blagi rast prihoda na **OSTALIM TRŽIŠTIMA REGIJE\*** ostvaren je zahvaljujući rastu prihoda na tržištima Makedonije i Crne Gore, dok je na tržištu Kosova zabilježen pad prihoda.
- Do blagog pada prodaje na **KLJUČNIM EUROPSKIM TRŽIŠTIMA\*\*** dolazi uslijed pada prodaje na većini tržišta, uzrokovanog prvenstveno padom prodaje u segmentu Sportske i aktivne prehrane. Ukoliko isključimo utjecaj pada u segmentu Sportske i aktivne prehrane, prodaja je rasla 7,6%.
- Značajan rast prihoda na **TRŽIŠTU RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA** zabilježen je zahvaljujući povoljnijim komercijalnim uvjetima i poboljšanoj distribuciji svih većih kategorija proizvoda, oporavku gospodarske situacije u Rusiji i zemljama u okruženju te jačanju tečaja rublje. Najveći rast su zabilježile dječje žitarice Bebi, funkcionalno piće Donat Mg te Multivitin vitamin C.
- 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 21,2%.

## PROFIL PRIHODA OD PRODAJE PO PROIZVODNIM KATEGORIJAMA

## 2017.



## 2016.



**VLASTITI BRENDovi** su u 2017. godini ostvarili rast prihoda od 3,2% u odnosu na prošlu godinu te su prihodi iznosili 3.563,8 milijuna kuna. Rast su iskazali gotovo svi segmenti poslovanja, a rastu su najviše doprinijeli: (i) prihodi od Argete u segmentu delikatesnih namaza, (ii) Bonito i Barcaffè u segmentu kave, (iii) prihodi brendova Donat Mg, Cedevita, Kala i Kalnička u segmentu pića te (iv) prihodi brendova Smoki, Prima, Štark Keksići, Najlepše želje, Menaž, Bananica te napolitanki i vafla u segmentu slatko i slano. S druge strane, pad prihoda su iskazali brendovi Multipower, Multaben i Champ iz segmenta sportske i aktivne prehrane. Ako se izuzme negativan utjecaj pada prihoda brendova iz segmenta sportske i aktivne prehrane, ostali vlastiti brendovi ostvarili su rast od čak 5,9%.

**PRINCIPALSKI BRENDovi** su s 1.145,0 milijuna kuna ostvarili rast prihoda od prodaje od 5,0%. Rast je prvenstveno ostvaren rastom prihoda od prodaje principala Ferrera, SABMillera, Nocca, Philipsa, Beam Suntorya, Raucha te Vitamin Wella.

**PRIVATNE ROBNE MARKE** s 208,8 milijuna kuna prihoda od prodaje zabilježile su rast od 5,3%, u najvećoj mjeri zahvaljujući novim kupcima u segmentu sportske i aktivne prehrane, a unatoč prodaji uslužne proizvodnje u segmentu sportske i aktivne prehrane koja je realizirana krajem listopada 2017. godine.

Ljekarnički lanac **FARMACIA** ostvario je prihode u visini od 389,1 milijuna kuna što predstavlja rast od 6,9% u odnosu na 2016. godinu, zahvaljujući rastu prodaje postojećih Farmacia lokacija te novootvorenim specijaliziranim prodavaonicama. U 2017. godini otvorene su četiri nove prodajne lokacije te sada Farmacia broji 85 ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

~  
**3,2%**

~  
RASTA PRIHODA OD  
PRODAJE OSTVARILI  
SU VLASTITI BRENDovi  
U ODNOSU NA  
2016. GODINU

# Dinamika profitabilnosti u 2017. godini

## DINAMIKA PROFITABILNOSTI

(u milijunima kuna)	2017.	2016.	2017./2016.
Prihod od prodaje	<b>5.306,8</b>	5.106,3	3,9%
EBITDA	<b>582,2</b>	474,4	22,7%
Normalizirana EBITDA	<b>517,4</b>	474,4	9,1%
EBIT	<b>406,5</b>	307,8	32,1%
Normalizirani EBIT	<b>341,7</b>	307,8	11,0%
Neto dobit/(gubitak)	<b>276,2</b>	163,2	69,2%
Normalizirana neto dobit	<b>211,4</b>	163,2	29,5%
<b>Profitne marže</b>			
EBITDA marža	<b>11,0%</b>	9,3%	+168 bb
Normalizirana EBITDA marža	<b>9,7%</b>	9,3%	+46 bb
EBIT marža	<b>7,7%</b>	6,0%	+163 bb
Normalizirana EBIT marža	<b>6,4%</b>	6,0%	+41 bb
Neto profitna marža	<b>5,2%</b>	3,2%	+201 bb
Normalizirana neto profitna marža	<b>4,0%</b>	3,2%	+79 bb

ATLANTIC GRUPA  
JE U 2017. GODINI  
OSTVARILA EBITDA  
U IZNOSU OD

# 582,2

MILIJUNA KUNA, ŠTO  
PREDSTAVLJA RAST OD

# 22,7%

Atlantic Grupa je u 2017. godini ostvarila EBITDA u iznosu od 582,2 milijuna kuna, što predstavlja rast od 22,7%. Ukoliko uklonimo učinak jednokratne dobiti ostvarene prodajom tvornica u Novoj Gradišci i Bleckedeu u iznosu od 64,8 milijuna kuna, normalizirana EBITDA iznosi 517,4 milijuna kuna i viša je za 9,1% u odnosu na prošlu godinu. Na rast normalizirane EBITDA najveći utjecaj je imao rast prodaje u gotovo svim poslovnim područjima, uz istovremenu strogu kontrola troškova i rizika. Negativan utjecaj viših troškova proizvodnih materijala, prvenstveno više prosječne cijene sirove kave, nadoknađen je većom operativnom učinkovitošću te višim cijenama finalnih proizvoda. Dodatan pozitivan utjecaj došao je od jačanja ruske rublje i srpskog dinara.

Unatoč rastu troškova amortizacije i deprecijacije od 5,5%, normalizirani EBIT je rastao 11,0%. Normalizirana neto dobit prije manjinskih interesa je zabilježila rast od 29,5%, na što su osim rasta normaliziranog EBIT-a prvenstveno utjecali niži financijski troškovi te više pozitivne tečajne razlike. U financijske troškove za 2017. godinu uključena je naknada za garancije dane Atlantic Grupi vezano uz sindicirane kredite u iznosu od 14,6 milijuna kuna.

## STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA

(u milijunima kuna)	2017.	% prihoda od prodaje	2016.	% prihoda od prodaje	2017./2016.
Nabavna vrijednost prodane robe	1.327,8	25,0%	1.308,3	25,6%	1,5%
Promjene vrijednosti zaliha	6,6	0,1%	(14,0)	(0,3%)	n/a
Proizvodni materijal	1.635,5	30,8%	1.581,0	31,0%	3,4%
Energija	57,8	1,1%	56,0	1,1%	3,2%
Usluge	409,5	7,7%	404,6	7,9%	1,2%
Troškovi osoblja	828,5	15,6%	800,9	15,7%	3,5%
Troškovi marketinga i prodaje	367,7	6,9%	355,3	7,0%	3,5%
Ostali operativni troškovi	221,2	4,2%	226,2	4,4%	(2,2%)
Ostali (dobici)/gubici - neto	(64,9)	(1,2%)	(18,1)	(0,4%)	257,6%
Amortizacija	175,8	3,3%	166,6	3,3%	5,5%
Ukupni operativni troškovi	4.965,6	93,6%	4.866,7	95,3%	2,0%

Rast troškova **nabavne vrijednosti prodane robe** od 1,5% posljedica je više prodaje, dok je udio troškova nabavne vrijednosti prodane robe u prihodima od prodaje smanjen.

Troškovi **proizvodnog materijala** viši su za 3,4%, prvenstveno kao rezultat više prodaje vlastitih brendova, ali i rasta cijena sirovina, prvenstveno sirove kave i šećera.

Troškovi **usluga i energije** višu su na rast obujma proizvodnje i prodaje.

**Troškovi osoblja** porasli su za 3,5% zbog većeg prosječnog broja zaposlenih te viših varijabilnih isplata i rezerviranih bonusa nastavno na bolje poslovne rezultate. Unatoč rastu broja zaposlenih u većini poslovnih i distribucijskih područja zbog povećanog obujma proizvodnje odnosno prodaje, na dan 31. prosinca 2017. Atlantic Grupa zapošljavala je 5.268 osoba, što je 224 osobe manje nego na kraju 2016. godine, a nastavno na prodaju tvornica u Bleckedeu i Novoj Gradišci, realiziranu krajem listopada 2017. godine.

**Marketinški troškovi** viši su za 3,5% nastavno povećana ulaganja poslovnih područja Slatko i slano te Sportska i aktivna prehrana, a unatoč uštedama u poslovnom području Kava.

**Ostali operativni troškovi** niži su za 2,2%, prvenstveno zahvaljujući manjim ispravcima vrijednosti zaliha te uštedama u troškovima putovanja.

**Ostali (dobici)/gubici - neto:** dobit je ostvarena prvenstveno po osnovu jednokratne dobiti ostvarene prodajom tvornica u Bleckedeu i Novoj Gradišci.



TROŠKOVI  
PROIZVODNOG  
MATERIJALA VIŠI  
SU ZA

**3,4%**



## OPERATIVNI REZULTAT STRATEŠKIH POSLOVNIH PODRUČJA I STRATEŠKIH DISTRIBUCIJSKIH PODRUČJA

(u milijunima kuna)	2017.	2016.	2017./2016.
SPP Kava	<b>209,5</b>	227,8	(8,1%)
SPP Slatko i slano	<b>121,0</b>	116,4	3,9%
SPP Pića	<b>158,2</b>	162,1	(2,4%)
SPP Zdravlje i njega	<b>55,2</b>	47,3	16,7%
SPP Delikatesni namazi	<b>128,7</b>	119,1	8,1%
SPP Sportska i aktivna prehrana	<b>(7,5)</b>	(20,4)	63,4%
SDP Srbija	<b>28,1</b>	20,1	39,5%
SDP Hrvatska	<b>25,6</b>	12,9	99,4%
DP Slovenija	<b>45,9</b>	43,3	6,1%
SDR Zona Zapad	<b>(40,8)</b>	(52,0)	21,6%
Ostali segmenti*	<b>(141,9)</b>	(202,4)	29,9%
Grupna EBITDA	<b>582,2</b>	474,4	22,7%

Usporedno razdoblje prilagodeno je izvještavanju za 2017. godinu.

\* Ostali segmenti uključuju SDR HoReCa, SDR ZND i Baltik, PP Dječja hrana, DP Makedonija, 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.

**SPP KAVA** Unatoč rastu prihoda od prodaje, do pada profitabilnosti dolazi nastavno na više troškove sirove kave, koji su u velikoj mjeri kompenzirani dizanjem maloprodajnih cijena.

**SPP SLATKO I SLANO** Do rasta profitabilnosti doveo je rast prihoda od prodaje uz dobru kontrolu troškova.

**SPP PIĆA** Pad profitabilnosti ponajviše proizlazi od izostanka utjecaja jednokratnih stavki (povrat troškova za koncesiju za vodu u Sloveniji u 2016. godini), a unatoč rastu prodaje i povoljnijem prodajnom miksu.

**SPP ZDRAVLJE I NJEGA** Do rasta profitabilnosti dolazi uslijed rasta prihoda od prodaje, uz istovremenu dobru kontrolu troškova proizvodnih materijala, usluga, marketinga i zaposlenih.

**SPP DELIKATESNI NAMAZI** Bilježe rast profitabilnosti nastavno na značajan rast prihoda te niže troškove marketinga, uz strogu kontrolu ostalih operativnih troškova.

**SPP SPORTSKA I AKTIVNA PREHRANA** Smanjenje gubitka kao rezultat provedenog restrukturiranja (pretežno niži troškovi zaposlenih i usluga te manji otpisi zaliha i potraživanja) i povoljnije relativne bruto marže kao rezultata promjene u proizvodnom miksu.

**SDP SRBIJA** Rast profitabilnosti kao posljedica rasta prodaje, povoljnijeg miksa kupaca i proizvoda (što je dovelo do povoljnije bruto marže), te povoljnog utjecaja tečaja srpskog dinara.

**SDP HRVATSKA** Rast profitabilnosti sukladno volumnom i vrijednosnom rastu prodaje te povoljnijem miksu kupaca, uz optimalno upravljanje troškovima.

**DP SLOVENIJA** Rast profitabilnosti kao posljedica rasta prodaje i povoljnijeg miksa kupaca.

**SDR ZONA ZAPAD** Unatoč padu prodaje, prvenstveno uzrokovanim padom prihoda u segmentu Sportske i aktivne prehrane, poboljšanje profitabilnosti uzrokovano je nižim troškovima usluga, zaposlenih, marketinga te manjim ispravicima vrijednosti potraživanja i zaliha.

**OSTALI SEGMENTI** DP Makedonija bilježi solidan rast profitabilnosti uslijed rasta prodaje i više bruto marže. Do značajnog rasta profitabilnosti SDR HoReCa dolazi uslijed poboljšanja profitabilnosti na sva četiri tržišta (Hrvatska, Slovenija, Srbija, Makedonija), nastavno na rast prodaje i solidan rast bruto marže. Do blagog smanjenja gubitka PP Gourmet došlo je uslijed rasta prodaje, porasta marže kao rezultata povoljnijeg miksa kupaca te značajnih ušteda u troškovima sirovina i zaposlenih nastavno na optimizaciju nabave i proizvodnje. Značajan rast profitabilnosti PP Dječja hrana ostvaren je unatoč rastu cijena sirovina, a nastavno na rast prodaje i povoljan utjecaj tečaja ruske rublje, koji su ujedno utjecali i na rast profitabilnosti SDR ZND i Baltik. Troškovi koji se pripisuju službama podrške niži su u odnosu na 2016. godinu unatoč rastu troškova zaposlenih i usluga (kao rezultat povećanih IT ulaganja), nastavno na dobit ostvarenu prodajom tvornica u Bleckedeu i Novoj Gradišci.

# Financijski pokazatelji u 2017. godini

## FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima kuna)	2017.	2016.
Neto dug	<b>1.185,4</b>	1.502,3
Ukupna imovina	<b>5.126,4</b>	5.395,8
Ukupno kapital i rezerve	<b>2.249,8</b>	2.016,5
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	<b>1,47</b>	1,42
Odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug	<b>34,5%</b>	42,7%
Neto dug/Normalizirana EBITDA	<b>2,29</b>	3,17
Pokriće troška kamata	<b>8,85</b>	6,06
Kapitalna ulaganja	<b>129,2</b>	140,2
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	<b>348,2</b>	292,0

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2017. godinu.

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u 2017. godini važno je istaknuti sljedeće:

- Zahvaljujući smanjenju neto duga od 316,9 milijuna kuna na kraju 2017. godine u odnosu na kraj 2016. godine, odnos neto duga i kapitala uvećanog za neto dug niži je za 819 baznih bodova. Zaduzenost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA u odnosu na kraj 2016. godine spustila se s 3,17 na 2,29 na kraju 2017. godine. Istovremeno je pokriće troška kamata s normaliziranom EBITDA naraslo s 6,06 na 8,85, a novčani tok iz poslovnih aktivnosti narastao je na 348,2 milijuna kuna.

## STRUKTURA PASIVE BILANCE ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. PROSINCA 2017. GODINE

UKUPNI KAPITAL I REZERVE		43,9 %
DUGOROČNE FINANCIJSKE OBVEZE		18,2 %
DOBAVLJAČI I OSTALE OBVEZE		17,6 %
KRATKOROČNE FINANCIJSKE OBVEZE		10,7 %
OSTALE OBVEZE		5,7 %
OBVEZNICA		3,9 %

## PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU

Do rasta novčanog toka iz poslovnih aktivnosti u 2017. godini u odnosu na prošlu godinu došlo je zbog poboljšane profitabilnosti i boljeg upravljanja radnim kapitalom, nastavno na normalizaciju negativnih utjecaja na stanje zaliha i naplatu potraživanja, koje su u 2016. godini uzrokovali pokretanje distribucijskog poslovanja u Njemačkoj i Austriji te implementacija SAP rješenja, kako u dvije navedene zemlje tako i u Hrvatskoj. Dodatan povoljan utjecaj na novčani tok imala je normalizacija poslovanja i naplate potraživanja s maloprodajnim lancima u sastavu Agrokora.

Pozitivan utjecaj na novčani tok iz ulagačkih aktivnosti došao je od prodaje dvaju tvornica u sklopu Strateškog poslovnog područja Sportska i aktivna prehrana u iznosu od 129,3 milijuna kuna te primitkom sredstava od prodaje poslovanja s čajevima, dok je novčani tok od financijskih aktivnosti niži nastavno na daljnje razduživanje Atlantic Grupe.

Kapitalna ulaganja u 2017. godini prvenstveno se odnose na ulaganja u proizvodnu opremu poslovnih područja u cilju povećanja efikasnosti proizvodnih procesa, razvoj novih proizvoda te razvoj IT infrastrukture, poslovnih sistema i aplikacija.

Od značajnih investicija ističu se:

**SPP PIĆA:** ulaganje u novu liniju za čvrsto pakiranje Cedeвите te ulaganje u redizajn Cockte;

**SPP DELIKATESNI NAMAZI:** ulaganje u novu liniju za proizvodnju 95-gramskih delikatesnih namaza i rashladni sistem proizvodne lokacije;

**SPP SLATKO I SLANO:** ulaganje u novu liniju za proizvodnju Bananice i Sweet čokoladica te povećanje efikasnosti proizvodnje;

**SPP KAVA:** nabava espresso te Coffee2GO aparata, ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje, ulaganje u novu opremu za taksene markice;

**PP GOURMET:** ulaganje u proizvodnu opremu radi povećanja efikasnosti proizvodnje;

**SPP ZDRAVLJE I NJEGA:** ulaganje nove ljekarničke lokacije;

**IT:** ulaganje u infrastrukturu, digitalne tehnologije i implementaciju poslovnih aplikacija te zamjenu opreme.

Prema odluci Glavne skupštine održane 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici, odnosno sveukupno 45 milijuna kuna, koja je realizirana u srpnju 2017.



# Očekivanja za 2018. godinu

## OSVRT MENADŽMENTA NA MAKROEKONOMSKA OČEKIVANJA

U 2017. godini hrvatsko gospodarstvo treću je godinu za redom zabilježilo solidan gospodarski rast, zahvaljujući uspješnoj turističkoj sezoni, rastu osobne potrošnje i izvoza te općem rastu optimizma. Menadžment Atlantic Grupe očekuje nastavak pozitivnih kretanja hrvatskog gospodarstva u 2018. godini, unatoč riziku koji predstavlja nagodba vjerovnika Agrokora.

U zemljama regije u 2018. godini menadžment također očekuje nastavak gospodarskog rasta. Slovensko gospodarstvo nastavlja rasti zahvaljujući snažnom jačanju izvoza i domaće potražnje te očekujemo da će navedeno pozitivno djelovati na smanjenje nezaposlenosti, rast plaća i rast potrošnje. Rast na srpskom tržištu očekujemo na temelju jačanja domaće potražnje potaknute rastom plaća i smanjenjem nezaposlenosti, kao i rastom izvoza. Ne očekujemo značajnije slabljenje srpskog dinara. U Bosni i Hercegovini očekujemo daljnji rast gospodarstva, zahvaljujući solidnom rastu izvoza te priljevu međunarodnih fondova.

Zemlje eurozone su u 2017. godini zabilježile pozitivne stope rasta, a menadžment Atlantic Grupe slična kretanja očekuje i u 2018. godini, na temelju jačanja tržišta rada i snažne globalne trgovine, kao i povoljne monetarne politike Europske unije.

Dugo iščekivanom oporavku ruskog gospodarstva u 2017. godini pridonijeli su rast cijena nafte i rast optimizma, koji je pozitivno utjecao na rast domaće potražnje. Nastavno na navedeno, menadžment očekuje daljnji rast ruskog gospodarstva u 2018. godini uz umjerenu inflaciju i stabilnu rublju te rast uvoza.

## STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2018. GODINU

U 2018. godini menadžment će se fokusirati na (i) jačanje pozicije prepoznatljivih regionalnih brendova, (ii) razvoj distribucijskog poslovanja jačanjem postojećih i akvizicijama novih principala, (iii) širenje regionalnog HoReCa portfelja te (iv) nastavak internacionalizacije poslovanja.

Nastavljamo s ulistavanjem i pozicioniranjem naših brendova u maloprodajnom kanalu u Njemačkoj u suradnji s distribucijskim partnerima s ciljem povećanja učinkovitosti cjelokupnog poslovanja na tom tržištu.

U 2018. godini menadžment Atlantic Grupe očekuje niže prosječne cijene sirove kave na globalnim tržištima roba te dodatan pozitivan utjecaj tečaja EURUSD koji će posljedično imati pozitivan utjecaj na profitabilnost Strateškog poslovnog područja Kava i Atlantic Grupe u cjelini.

Sukladno navedenom, očekivanja menadžmenta za 2018. godinu su sljedeća:

(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%)

\*Normalizirano

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. iznosit će 5,6%. Ukoliko isključimo operativnu dobit ostvarenu na temelju navedene uslužne proizvodnje, rast EBITDA-e iznosit 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.

# Rizici poslovanja Atlantic Grupe

## RIZIK POSLOVNOG OKRUŽENJA

Rizik poslovnog okruženja uključuje političke, makroekonomske i socijalne rizike na svim tržištima na kojima kompanija posluje s direktnim utjecajem na poslovanje, dok kompanija na iste ne može individualno utjecati. Politički rizik odnosi se na sve rizike koji bi potencijalno utjecali na političku nestabilnost pojedine države. S obzirom na postojeće unutarnje te vanjsko-političke odnose, Hrvatska djeluje kao stabilna parlamentarna demokracija koja se uspješno pridružila Europskoj uniji 1. srpnja 2013. godine i postala njenom 28. članicom. S obzirom da je politički i opći društveni rizik svojstven svim dijelovima društva, na navedeni rizik pojedinac ne može individualno utjecati.

U konačnici valja istaknuti kako se paneuropska strategija Atlantic Grupe očituje kroz kombinaciju prepoznatljivih europskih brendova u segmentu sportske i aktivne prehrane s vodećim brendom Multipower, segmentu delikatesnih namaza s brendom Argeta i gourmet segmentu s brendom Bakina Tajna, segmentom dječje hrane s brendom Bebi i segmentu pića s brendom Donat Mg te regionalnim brendovima u segmentu kave s vodećim brendovima Barcaffè i Grand kafa, u segmentu pića s vodećim brendovima Cedevita, Cockta i Donat Mg, u segmentu slatko i slano s vodećim brendovima Najlepše želje, Bananica, Štark i Smoki, u segmentu zdravlje i njega s vodećim brendovima Dietpharm, Plidenta, Melem i Rosal.

Kao što je već navedeno, politički i opći društveni rizik je svojstven svim dijelovima jednog društva te na njega pojedina kompanija ne može individualno utjecati. Međunarodne kompanije koje posluju u više različitih država mogu navedeni rizik diversificirati, što će pak ponajviše ovisiti o rizicima država u kojima kompanije posluju. Za kompanije koje posluju na regionalnim tržištima, odnosno na području srednje i istočne Europe valja imati na umu njihov politički i opći društveni rizik s obzirom da iste države još uvijek prolaze kroz proces političke tranzicije. Sukladno navedenom, svaki investitor treba biti svjestan političkog i općeg društvenog rizika na tržištima na kojima kompanija posluje.

Poslovanje svake kompanije je pod utjecajem makroekonomskih rizika, iako jačina utjecaja istog prvenstveno ovisi o cikličnosti industrije u kojoj sama kompanija posluje. Unatoč relativno diversificiranom poslovnom modelu Atlantic Grupe, kompanija generalno posluje u stabilnoj necikličnoj prehrambenoj industriji. S obzirom da na prihode od prodaje proizvodnog i distribucijskog asortimana Atlantic Grupe utječu makroekonomske varijable poput osobne potrošnje, razine raspoloživog osobnog dohotka te kretanja u trgovini na malo, kompanija kontinuirano prati spomenute makroekonomske faktore unatoč očekivanim pozitivnim makroekonomskim kretanjima za 2018. godinu.

## RIZICI INDUSTRIJE I KONKURENCIJE



### INDUSTRIJA ROBE ŠIROKE POTROŠNJE I MALOPRODAJA (LJEKARNE)

U razvoju industrije robe široke potrošnje, tržišna liberalizacija i globalizacija su rezultirale dolaskom kako svjetskih proizvođača tako i trgovačkih lanaca što je u konačnici rezultirao pojačanom tržišnom konkurencijom, raznovrsnijom ponudom, povećanjem kvalitete proizvoda, uvođenjem globalnih proizvodnih standarda te otvaranjem novih distribucijskih kanala. U ovakvim uvjetima, domaći proizvođači se mogu natjecati jedino kontinuiranim ulaganjem u istraživanje i razvoj novih proizvodnih linija, tehnološki razvoj, marketing za jačanje prepoznatljivosti brenda te ljudske resurse.

Makroekonomsko okruženje, dinamika kretanja BDP-a i to osobne potrošnje kao komponente BDP-a, kretanje raspoloživog osobnog dohotka te općenito razvoj životnog standarda potrošača uvelike diktiraju trendove u industriji robe široke potrošnje. Uz navedeno, razvoj industrije robe široke potrošnje uvelike karakterizira i sposobnost kompanija na prilagodavanje potrebama potrošača te trendovima tržišta, što pak uvjetuje ulaganja u istraživanje i razvoj, marketing te tehnologiju. Posljedično na sve navedeno, kao glavne rizike ove industrije ističu se skromne stope rasta u skladu s makroekonomskim prilikama te potreba za značajnijim ulaganjima s ciljem postizanja konkurentne prednosti u odnosu na lokalne i globalne proizvođače.

Industrija robe široke potrošnje je strogo normirana propisima te je ujedno i nadzirana od strane regulatornih tijela ponajviše iz razloga što ima direktan utjecaj na zdravlje potrošača. Istovremeno je ova industrija izložena riziku neizvjesnosti uvođenja novih, strožih standarda koji također mogu iziskivati nove materijalne izdatke.

Na određene segmente industrije robe široke potrošnje, posebice segment proizvoda namijenjenih prehrani, utječu faktori koje kompanije ne mogu kontrolirati poput volatilnih cijena sirovina (kava, šećer, kakaovac itd.) na svjetskim tržištima, vremenskih (ne)prilika te uspješnosti turističke sezone. S obzirom da je kompaniji sirova kava vrijednosno najznačajnija pojedinačna sirovina, posebna pažnja se pridaje planiranju nabave sirove kave, praćenju trendova na svjetskim tržištima, upravljanju zalihama te upravljanju rizikom promjene cijene sirove kave na svjetskim tržištima. Kontinuiranim hedgiranjem Atlantic Grupa upravlja rizikom cijena sirove kave na globalnim tržištima. U 2018. godini očekuje se niža prosječna cijene sirove kave u odnosu na 2017. godinu na globalnim tržištima roba, uz dodatan pozitivan utjecaj slabijeg dolara. Pojedine grane ove industrije imaju sezonski karakter poslovanja uslijed čega se razborito upravljanje radnim kapitalom nameće kao iznimno važna komponenta za osiguranje redovnog poslovanja kompanija. Također, relativno niska razina cikličnosti industrije robe široke potrošnje čini istu privlačnom većem broju kompanija što pak rezultira i većim brojem konkurenata prisutnih na tržištu. Dodatno, s obzirom na nepostojanje značajnijeg tržišnog lidera u nekim kategorijama, postoji rizik od ulaska novih konkurenata.

Atlantic Grupa posluje u segmentu industrije robe široke potrošnje koji obuhvaća prehrambene proizvode s dodanom vrijednošću te sukladno tome ponajviše koristi aktivnosti poput ulaganja u istraživanje i razvoj, ulaganja u tehnologiju te pomno praćenje tržišnih trendova i preferencija potrošača kako bi zadržala visoke tržišne udjele u navedenom segmentu. Portfelj Atlantic Grupe uključuje široki spektar brendova s vodećim tržišnim pozicijama na regionalnim tržištima u segmentima kave, delikatesnih namaza, slatkog i slanog te pića. S obzirom da su neki od navedenih segmenata izloženi značajnim konkurentskim pritiscima od strane lokalnih i multinacionalnih kompanija, Atlantic Grupa je u 2017. godini nastavila aktivno upravljati vlastitim brendovima.

Segment proizvoda namijenjenih zdravlju i njezi ponajviše ovisi o kupovnoj moći potrošača, a time i o trendovima u kretanju BDP-a. Ovaj segment karakteriziraju snažni konkurentski pritisci od strane multinacionalnih kompanija koje raspolažu s paletom resursa uključujući suvremenu tehnologiju, agresivnu cjenovnu politiku, agresivne i frekventne marketinške kampanje, značajna ulaganja u istraživanje i razvoj te brzu prilagodljivost promjenjivim tržišnim trendovima. Sve navedeno predstavlja ozbiljan izazov za domaće proizvođače u ovom segmentu, zahtijevajući pritom značajna financijska ulaganja u održavanje konkurentnosti.

Nakon ulaska u segment ljekarničkog poslovanja u 2008. godini te daljnjeg širenja ljekarničkog lanca Farmacia u narednim godinama, Atlantic Grupa danas posjeduje ljekarnički lanac s nacionalnom rasprostranjenošću ljekarničkih jedinica. Među glavnim rizicima ovog poslovanja ističu se tri rizika. Prvi se odnosi na rizik neizvjesnosti uvođenja novih i potencijalno strožih propisa kojih se ljekarničke jedinice moraju pridržavati budući da je ljekarništvo kao industrijska grana strogo normirano propisima te također nadzirano od strane regulatornih tijela. Drugi se odnosi na promjenjivost u cjenicima osnovnih i dopunskih lista lijekova kojih se ljekarničke jedinice kao ugovorni subjekti Hrvatskog zavoda za zdravstveno osiguranje (HZZO) moraju pridržavati. Nadalje, uz promjenjivost cjenika značajan rizik izvire i iz rizika u kašnjenju naplate potraživanja od strane HZZO-a što posljedično otežava kvalitetno i razborito upravljanje radnim kapitalom. Ipak, Atlantic Grupa koristi određene aktivnosti kojima nastoji ublažiti navedene rizike poput fokusa na povećanje udjela bezreceptnih lijekova i dodataka prehrani u portfelju ljekarničkih jedinica, otvaranja specijaliziranih prodavaonica (s portfeljem bezreceptnih lijekova i dodataka prehrani) koje su pod regulacijom Agencije za lijekove i medicinske proizvode te naposljetku istraživanja sinergija u sklopu distribucijskog i proizvodnog portfelja kompanije. Također, kompanija promatra ljekarničke jedinice kao značajan distribucijski kanal za ostale proizvode iz proizvodnog i distribucijskog portfelja Atlantic Grupe.



## RIZIK KONKURENCIJE

Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju i usklađivanjem njenog zakonodavstva s „acquis communautaire“-om, postavili su se novi standardi i norme, a ujedno i uklonile posljednje prepreke slobodnoj konkurenciji uslijed pripajanja tržišta unutarnjem tržištu Europske unije. U skladu s navedenim procesima, lokalne kompanije s jedne strane postaju sve izloženije internacionalnoj konkurenciji, a s druge se susreću s novim poslovnim mogućnostima na inozemnim tržištima. Posljednjih godina, lokalne kompanije ulažu napore u širenje poslovanja na regionalnim tržištima koje generalno karakterizira rastuća potražnja za robom široke potrošnje te ujedno i rastuća prepoznatljivost domaćih brendova. Akvizicija regionalne prehrambene kompanije Droga Kolinske u 2010. godini svakako ocrtava napore Atlantic Grupe u širenju poslovanja na regionalnim tržištima.

Inozemna prehrambena konkurencija prednjači pred lokalnim kompanijama po pitanju tehnološke infrastrukture, mogućnosti ulaganja u istraživanje i razvoj, financijske snage, veličine marketinških budžeta te globalne prepoznatljivosti njihovih brendova. Hrvatsko tržište i tržišta u regiji pokazuju visoku razinu privrženosti tradiciji kao i ranije stečenim potrošačkim navikama indicirajući time potražnju za domaćim proizvodima. Kao glavna komparativna prednost proizvodnog/distribucijskog portfelja Atlantic Grupe ističe se upravo prepoznatljivost brendova čije proizvode Atlantic Grupa bilo proizvodi i/ili distribuira u kombinaciji s visokim tržišnim udjelima koje isti drže. Strateškom usmjerenošću na razvijanje jakih, tržištu prepoznatljivih robnih marki, Atlantic Grupa nastoji reducirati rizike koje nosi konkurencija.

Atlantic Grupa je suočena sa snažnom inozemnom konkurencijom u segmentu proizvoda namijenjenih zdravlju i njezi, no širenje palete proizvoda, održavanje kvalitete, marketinška potpora, prepoznatljivost brendova te potpora koju pruža segment distribucije potiču potrošnju proizvoda iz ovog segmenta s poznatim brendovima poput Plidente, Rosala, Melema i Dietpharma.

Konkurenciju u ljekarničkom segmentu ponajviše stvaraju gradske i županijske ljekarne te privatne ljekarne u vlasništvu fizičkih osoba, a u manjoj mjeri i veledrogerijski lanci te generičke farmaceutske kompanije koje također posluju i u ljekarničkom segmentu. Atlantic Grupa nastoji osigurati konkurentsku prednost pred postojećim konkurentima kroz: kontinuirano širenje ljekarničkog lanca, nacionalnu rasprostranjenost ljekarni, otvaranje specijaliziranih prodavaonica koje predstavljaju nadogradnju i razvoj ljekarničke djelatnosti, vođenje ljekarničkog poslovanja u skladu s najboljom ljekarničkom praksom te edukaciju i razvoj kompetencija ljekarničkog kadra s ciljem pružanja što kvalitetnije ljekarničke usluge.

## POSLOVNI RIZIK



Poslovni rizik se odnosi na rizike prisutne u svakodnevnom poslovanju kompanije koji pak direktno utječu na održavanje konkurentske pozicije kompanije kao i stabilnost u redovnom poslovanju kompanije. Navedeni rizik je determiniran poslovnim okruženjem u kojem kompanija posluje, razini cikličnosti industrijske grane kojoj kompanija pripada te također redovnim poslovnim politikama i odlukama.

### UTJECAJ POJEDINOG PROIZVODA I POSLOVNE SURADNJE NA POSLOVANJE

Atlantic Grupa je tijekom proteklih godina značajnu pozornost posvećivala diversifikaciji i ekspanziji kako proizvodnog tako i distribucijskog portfelja sa strateškim ciljem smanjenja ovisnosti o prodaji pojedinog proizvoda, a time i volatilnosti u ostvarivanju prodajnih rezultata pogotovo tijekom promjena makroekonomskih ciklusa. S obzirom na navedenu diversifikaciju u proizvodnim i distribucijskim portfeljima, promjene u poslovnom okruženju vezane uz bilo određeni proizvodni segment bilo poslovnu suradnju s određenim partnerom ne ugrožavaju cjelokupno poslovanje Atlantic Grupe.

### OVISNOST O PROIZVODU

Posljedično na značajnu ekspanziju i produblivanje proizvodnog i distribucijskog portfelja tijekom proteklih godina, redovno poslovanje Atlantic Grupe danas ne ovisi značajnije niti o jednom proizvodu. Pritom, najznačajniju proizvodnu kategoriju čine segment kave, segment slatko i slano te segment pića. Tijekom prošlih godina Atlantic Grupa je kombinirala akvizicijske aktivnosti, inovativni pristup u razvoju novih proizvoda te sklapanje novih distribucijskih ugovora prilikom diversifikacije kako proizvodnog tako i distribucijskog portfelja. Akvizicijske aktivnosti su rezultirale dosad najvećom akvizicijom Atlantic Grupe – akvizicijom Droga Kolinske krajem 2010. godine što je dodatno smanjilo ovisnost kompanije o jednom proizvodu.

### OVISNOST O POSLOVNOJ SURADNJI

Atlantic Grupa je tijekom proteklih godina razvila čvrstu suradnju kako s domaćim tako i međunarodnim proizvođačima robnih marki koji su u distribucijskom portfelju Atlantic Grupe. Iako bi gubitak ekskluzivnog prava distribucije određenog proizvoda imao određen utjecaj na poslovanje Strateških distribucijskih područja, rizik od spomenutog je uvelike reducirana tijekom proteklih godina uslijed značajne ekspanzije distribucijskog portfelja. U 2017. godini Atlantic Grupa je nastavila sa širenjem distribucijskog portfelja dodavanjem novih i širenjem postojećih kategorija na nova tržišta odnosno u nove distribucijske kanale. Atlantic Grupa kontinuirano prati kretanja na tržištu robnih marki s ciljem ostvarivanja nove poslovne suradnje. Kontinuirano širenje distribucijskog portfelja omogućava kompaniji da se u vrlo kratkom vremenu prilagodi novim uvjetima u slučaju prestanka suradnje s bilo kojim od sadašnjih partnera. Uska poslovna suradnja s vodećim domaćim trgovačkim lancima u samoj je prirodi distribucijskih aktivnosti. Pritom, ovisnost distributera o većim trgovačkim lancima može rezultirati dodatnim troškovima održavanja poslovne suradnje u pogledu dodatnih popusta, produljenja rokova plaćanja i sličnih aktivnosti. Iako Atlantic Grupa ima razvijenu dobru poslovnu suradnju s većinom domaćih trgovačkih lanaca, koji su glavni kupci kompanije, ovisnost iste o pojedinom kupcu je ipak na primjerenom razini. U slučaju raskida suradnje ili stečaja nekog od važnijih kupaca, moglo bi doći do značajnijeg utjecaja na rezultate poslovanja Strateških distribucijskih područja. Ipak, uz kontinuirano praćenje rizičnosti kupaca i procesa naplate te posljedično limitiranje izloženosti onim kupcima koje ocijeni rizičnijima, kompanija nastoji reducirati rizik na vlastito poslovanje u slučaju raskida suradnje ili stečaja nekog od važnijih kupaca. Također, Atlantic Grupa nastoji smanjiti ovisnost distributera o trgovačkim lancima, razvijanjem „alternativnih kanala distribucije“ poput HoReCa kanala (ugostiteljstvo), prodajnih mjesta s tehničkom robom te farmaceutskog kanala.

## FINANCIJSKI RIZICI



Poslovne aktivnosti Grupe izlažu je različitim vrstama financijskih rizika (valutni rizik, rizik ulaganja u vrijednosne papire, kamatni rizik, kreditni rizik, rizik likvidnosti i rizici vezani uz dionice) koji su detaljno opisani u Bilješkama uz konsolidirane financijske izvještaje (Bilješka 3 – Upravljanje financijskim rizikom).

## Kratice

<b>BDP</b>	Bruto domaći proizvod
<b>BPA - NI</b>	(eng Bisphenol A Non-Intent), premazi koji ne sadrže Bisfenol A
<b>B2B</b>	Business to bussines, odnosno između dva poslovna subjekta
<b>CEFTA</b>	(eng: Central European Free Trade Agreement), Srednjoeuropski ugovor o slobodnoj trgovini
<b>DDD</b>	Dezinfekcija, Dezinskecija, Deratizacija
<b>DEG</b>	(eng: German Investment and Development Corporation), Njemačka razvojna banka
<b>DMS</b>	(eng: Dana Management System), sustav upravljanja dokumentacijom
<b>EBRD</b>	(eng: European Bank for Reconstruction and Development), Europska banka za obnovu i razvoj
<b>EMS</b>	(eng: Environmental Management System), sustav upravljanja okolišem
<b>ERP</b>	(eng: Enterprise Resource Planning), sustav upravljanja organizacijskim resursima
<b>EBITDA</b>	(eng: Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation), zarada prije kamata, poreza i amortizacije
<b>F2</b>	Fast Forward program
<b>FMCG</b>	(eng: fast moving consumer goods), hrana, piće i duhanski proizvodi
<b>FSSC</b>	(eng: Food Safety System Certification), certifikacija sustava sigurnosti hrane
<b>GHP</b>	(eng: Good Hygienic Practices), dobra higijenska praksa
<b>GMO</b>	(eng: Genetically Modified Organism), genetski modificirani organizam
<b>GMP</b>	(eng: Good Manufacturing Practices), dobra proizvođačka praksa
<b>GRI</b>	(eng: Global Reporting Initiative), globalna inicijativa za izvještavanje
<b>HACCP</b>	(eng: Hazard Analysis and Critical Control Point), Certifikat o sustavu (samo)kontrole zdravstvene ispravnosti hrane
<b>HMF</b>	Hidroksimetilfurfural, razgradni produkt fruktoze
<b>HoReCa</b>	(eng: Hotel Restaurant Caffé), kanal prodaje putem hotela, restorana i kafića
<b>HRIS</b>	(eng: Human Resources Information System), informacijski sustav upravljanja ljudskim resursima
<b>HZZO</b>	Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje
<b>IFS</b>	(eng: International Food Standard), međunarodna norma za hranu
<b>ITIL</b>	(eng: Information Technology Infrastructure Library)
<b>KPI</b>	(eng: Key Performance Indicators), ključni pokazatelji učinka
<b>KAM</b>	(eng: Key Account Management), upravljanje ključnim kupcima
<b>OTC</b>	(eng: Over The Counter), bezreceptni lijekovi
<b>PAH</b>	(eng: Polycyclic Aromatic Hydrocarbons), policiklički aromatski ugljikovodici
<b>PDCA</b>	Plan Do Check Act (poznata metodologija za unapređivanje procesa)
<b>PET</b>	(eng: Polyethylene Terephthalate), polietilen tereftalat
<b>R-PET</b>	(eng: Recycled Polyethylene Terephthalate), reciklirani polietilen tereftalat
<b>SDP</b>	Strateško distribucijsko područje
<b>SPV</b>	Strateško poslovno vijeće
<b>SPP</b>	Strateško poslovno područje
<b>UEPS</b>	(eng: Serbian Marketing Communications Association), udruženje ekonomskih propagandista Srbije
<b>WMS</b>	(eng: Warehouse Management System), sustav upravljanja skladišten
<b>ZND</b>	Zajednica Neovisnih Država (bivše države članice Sovjetskog saveza),
<b>ZSE</b>	(eng: Zagreb Stock Exchange), Zagrebačka burza





**Izvješće revizora**  
i konsolidirani  
financijski izvještaji



**ATLANTIC GRUPA D.D.**  
31. PROSINCA 2017.

## Odgovornost za konsolidirana financijska izvješća

Temeljem važećeg hrvatskog Zakona o računovodstvu, Uprava je dužna osigurati da se konsolidirana financijska izvješća za svaku financijsku godinu sastave u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) koje je odobrila Europska unija („EU“), tako da daju istinitu i objektivnu sliku financijskog položaja i rezultata poslovanja društva Atlantic Grupa d.d. i ovisnih društava („Grupa“) za to razdoblje.

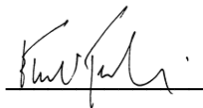
Uprava razumno očekuje kako Grupa ima odgovarajuća sredstva za nastavak poslovanja u doglednoj budućnosti. Iz navedenog razloga, Uprava i dalje prihvaća načelo neograničenosti vremena poslovanja pri izradi konsolidiranih financijskih izvješća.

Odgovornosti Uprave pri izradi konsolidiranih financijskih izvješća uključuju osiguravanje:

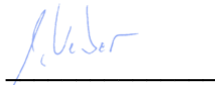
- odabira i dosljednog primjenjivanja odgovarajućih računovodstvenih politika;
- razumnih i opreznih prosudbi i procjena;
- primjenjivanja važećih računovodstvenih standarda; te
- pripremu konsolidiranih financijskih izvješća po načelu trajnosti poslovanja, osim ako je neprimjereno pretpostaviti hoće li Grupa nastaviti svoje poslovne aktivnosti.

Uprava je odgovorna za vođenje ispravnih računovodstvenih evidencija koje će u bilo koje doba s prihvatljivom točnošću odražavati financijski položaj Grupe, kao i njegovu usklađenost s važećim hrvatskim Zakonom o računovodstvu. Uprava je također odgovorna za očuvanje imovine Grupe te stoga i za poduzimanje razumnih mjera radi sprječavanja i otkrivanja pronevjera i ostalih nepravilnosti.


Uprava je odobrila konsolidirana financijska izvješća za izdavanje dana 29. ožujka 2018. godine.



Emil Tedeschi  
Predsjednik Uprave



Mladen Veber  
Stariji potpredsjednik Grupe za Operativno poslovanje



Zoran Stanković  
Potpredsjednik Grupe za Financije



Neven Vranković  
Potpredsjednik Grupe za Korporativne poslove

## IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA

Dioničarima društva Atlantic Grupa d.d.  
Izvešće o reviziji konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja

### Mišljenje

Obavili smo reviziju konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja društva Atlantic Grupa d.d. (Društvo) i njemu ovisnih društava (zajedno – „Grupa“), koji obuhvaćaju konsolidiranu bilancu na 31. prosinca 2017., konsolidirani račun dobiti i gubitka, konsolidirani izvještaj o ostaloj sveobuhvatnoj dobiti, konsolidirani izvještaj o novčanim tokovima, konsolidirani izvještaj o promjenama kapitala za tada završenu godinu te bilješke uz konsolidirane financijske izvještaje, uključujući i sažetak značajnih računovodstvenih politika.

Prema našem mišljenju, priloženi konsolidirani godišnji financijski izvještaji istinito i fer prikazuju konsolidirani financijski položaj Grupe na 31. prosinca 2017., njegovu konsolidiranu financijsku uspješnost i konsolidirane novčane tokove za tada završenu godinu u skladu s Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja, kako su usvojeni od strane EU („MSFI-ima, kako su usvojeni od strane EU“ ).

### Osnova za mišljenje

Obavili smo našu reviziju u skladu sa Međunarodnim revizijskim standardima (MRevS-ima). Naše odgovornosti prema tim standardima su detaljnije opisane u našem izvješću neovisnog revizora *u odjeljku o revizorovim odgovornostima* za reviziju konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja. Neovisni smo od Grupe u skladu s Kodeksom etike za profesionalne računovođe (IESBA Kodeks) i ispunili smo naše ostale etičke odgovornosti u skladu s IESBA Kodeksom. Vjerujemo da su revizijski dokazi koje smo dobili dostatni i primjereni da osiguraju osnovu za naše mišljenje.

### Ostala pitanja

Reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe za godinu završenu 31. prosinca 2016. obavio je drugi revizor koji je dana 31. ožujka 2017. godine izdao revizorsko mišljenje bez rezerve.

### Ključna revizijska pitanja

Ključna revizijska pitanja su ona pitanja koja su bila, po našoj profesionalnoj prosudbi, od najveće važnosti za našu reviziju konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja tekućeg razdoblja. Tim pitanjima smo se bavili u kontekstu naše revizije konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja kao cjeline i pri formiranju našeg mišljenja o njima, i mi ne dajemo zasebno mišljenje o tim pitanjima. Za svako pitanje u nastavku, opis o tome kako se naša revizija bavila tim pitanjima, pripremljen je u tom kontekstu.

Ispunili smo obveze opisane u *Odgovornosti revizora za reviziju konsolidiranih financijskih izvještaja*, uključujući i povezana pitanja. Sukladno tome, naša revizija uključuje obavljanje postupaka dizajniranih da odgovore na naše procjenu rizika pogrešnog prikaza u konsolidiranim financijskim izvještajima. Rezultati naših revizijskih postupaka, uključujući postupke koji se obavljaju za rješavanje pitanja u nastavku, daju osnovu za izražavanje našeg mišljenja o ovim konsolidiranim financijskim izvještajima.

Ključna revizijska pitanja	Kako smo adresirali ključno revizijsko pitanje
<p>Ocjena umanjenja vrijednosti ulaganja u nematerijalnu imovinu sa neograničenim korisnim vijekom trajanja</p> <p><i>Vidi bilješke 2.7 i 4.b uz konsolidirane financijske izvještaje</i></p> <p>Grupa ima iskazan goodwill i ostalu nematerijalnu imovinu sa neograničenim vijekom trajanja (Brendovi i Licence) u ukupnom iznosu 1.566.472 tisuća kuna na dan 31. prosinca 2017. godine.</p> <p>Knjigovodstvena vrijednost ulaganja u nematerijalnu imovinu sa neograničenim vijekom trajanja predstavlja 31% ukupne imovine i ocjena „fer vrijednosti“ i „vrijednosti u upotrebi“ novčanih jedinica Grupe koji generiraju novac („CGU“)</p>	<p>Revizorski postupci su uključivali razumijevanje procesa umanjenja vrijednosti ulaganja kao i razumijevanje postavljenih kontrola unutar procesa. Pregledali smo metodologiju korištenu od strane menadžmenta prilikom ocjene knjigovodstvene vrijednosti pojedinog ulaganja u nematerijalnu imovinu kako bi procijenili da je u skladu s MSFI-ima, kako su usvojeni od strane EU te da se dosljedno primjenjuje.</p> <p>Ocijenili smo buduće novčane tokove Grupe kao i proces kako su pripremljeni. Usporedili smo inpute korištene u budžetima sa odobrenim budžetima te inpute iz prognoza korištenih u modelima sa planovima menadžmenta.</p>

## IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA (NASTAVAK)

### Ključna revizijska pitanja (nastavak)

<p>predstavlja značajnu procjenu menadžmenta vezano uz buduće rezultate poslovanja i diskontnih stopa korištenih u procjeni novčanih tijekova</p> <p>Zbog raspona procjena i pretpostavki korištenih u modelima i ocjeni umanjenja, te zbog značajne knjigovodstvene vrijednosti nematerijalne imovine, smatramo da je navedeno područje ključno revizijsko pitanje.</p>	<p>Usporedili smo ostvarene rezultate iz tekuće (2017) godine sa inputima korištenim u prognozama prethodne (2016) godine kako bi ocijenili korištene pretpostavke. Nadalje, ocijenili smo ključnu pretpostavku menadžmenta vezano uz stopu dugoročnog rasta uspoređujući navedenu stopu sa povijesnim stopama rasta.</p> <p>Proveli smo revizorske postupke koji se odnose na provjeru matematičke točnosti modela umanjenja vrijednosti, analizu osjetljivosti, ocijenili smo primjerenost korištene diskontne stope u kalkulaciji uz pomoć stručnjaka. Nadalje, ocijenili smo cjelovitost troškova umanjenja vrijednosti.</p> <p>Također, procijenili smo adekvatnost objava u konsolidiranim financijskim izvještajima, te njihovu usklađenost sa MSFI-ima, kako su usvojeni od strane EU.</p>
<p>Ocjena neograničenog korisnog vijeka trajanja brendova i licenci</p> <p><i>Vidi bilješke 4.b uz konsolidirane financijske izvještaje</i> Grupa je utvrdila da nekoliko brendova i licenci ima neograničeni korisni vijek trajanja. Knjigovodstvena vrijednost navedene imovine iznosi 731.720 tisuća kuna na dan 31. prosinca 2017. godine.</p> <p>Knjigovodstvena vrijednost brendova i licenci sa neograničenim korisnim vijekom trajanja iznosi 14% ukupne vrijednosti i ocjena neograničenog korisnog vijeka predstavlja značajnu procjenu menadžmenta o snazi brenda i budućim novčanim tijekovima koji će biti generirani iz brendova i licenci.</p> <p>Grupa jednom godišnje ocjenjuje računovodstvene procjene u pogledu neograničenog korisnog vijeka trajanja. Procjena se obavlja pregledom vanjskih izvještaja o snazi brenda, poziciji tržišnog udjela pojedinog brenda u svakoj zemlji i stabilnosti industrije, ili u slučaju licenci, lokalnih zakona, budući da se licence odnose na maloprodaju ljekarni.</p> <p>Ako uprava primijeti da postoji predvidivo ograničenje za razdoblje tijekom kojeg se očekuje da će imovina generirati neto novčani tijek, Grupa mijenja svoje procjene sukladno MRS-u 8 iz imovine sa neograničenim korisnim vijekom trajanja u imovinu sa ograničenim korisnim vijekom trajanja.</p> <p>Zbog raspona korištenja značajnih procjena, smatramo da je navedeno područje ključno revizijsko pitanje.</p>	<p>Revizorski postupci su uključivali razumijevanje procesa korisnog vijeka trajanja nematerijalne imovine kao i razumijevanje postavljenih kontrola unutar procesa. Postavili smo specifičan upit menadžmentu Grupe vezano uz konzistentnost primijenjene metodologije.</p> <p>Procijenili smo i ocijenili pretpostavke Grupe nad povijesnim i projiciranim novčanim tijekovima te relevantne procjene korištene unutar njih.</p> <p>Usporedili smo ostvarene rezultate iz tekuće (2017) godine po brendu / licenci sa inputima korištenim u prognozama prethodne (2016) godine kako bi ocijenili korištene pretpostavke. Nadalje, ocijenili smo ključnu pretpostavku menadžmenta vezano uz stopu dugoročnog rasta uspoređujući navedenu stopu sa povijesnim stopama rasta.</p> <p>Nadalje, ocijenili smo i pregledali vanjske izvještaje o tržišnom udjelu pojedinog brenda i ocijenili promjene u relevantnim lokalnim zakonima, ako ih je bilo, vezano uz licence u maloprodaji ljekarni.</p> <p>Također, procijenili smo adekvatnost objava u konsolidiranim financijskim izvještajima, te njihovu usklađenost sa MSFI-ima, kako su usvojeni od strane EU.</p>

## IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA (NASTAVAK)

Ostale informacije u Godišnjem izvješću Grupe za 2017. godinu

Uprava je odgovorna za ostale informacije. Osim konsolidiranih financijskih izvještaja i izvješća neovisnog revizora, *Ostale informacije* sadrže informacije uključene u Konsolidirano godišnje izvješće koje sadrži Izvješće posloводства društva i Izjavu o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja. Naše mišljenje o konsolidiranim financijskim izvještajima ne obuhvaća ostale informacije, niti Izvješće posloводства grupe i Izjavu o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja.

U vezi s našom revizijom konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja, naša je odgovornost pročitati ostale informacije i, u provođenju toga, razmotriti jesu li ostale informacije značajno proturječne konsolidiranim godišnjim financijskim izvještajima ili našim saznanjima stečenim u reviziji ili se drugačije čini da su značajno pogrešno prikazane. U pogledu Izvješća posloводства grupe i Izjave o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja, obavili smo i postupke propisane Zakonom o računovodstvu. Ti postupci uključuju provjeru da li Izvješće posloводства uključuje potrebne objave iz Članka 21. Zakona o računovodstvu te da li Izjava o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja sadrži podatke iz članka 22. Zakona o računovodstvu.

Temeljeno na obavljenim postupcima, u mjeri u kojoj smo u mogućnosti to procijeniti, izvještavamo da:

1. su informacije u priloženom Izvješću posloводства grupe za 2017. godinu usklađene, u svim bitnim odrednicama, s priloženim konsolidiranim godišnjim financijskim izvještajima;
2. je priloženo izvješće posloводства grupe za 2017. godinu sastavljeno u skladu sa Člankom 21. Zakona o računovodstvu;
3. Izjava o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja, uključena u konsolidirane godišnje izvješće Grupe za 2017. godinu, uključuje informacije iz članka 22. stavka 1. točaka 2., 5., 6. i 7. Zakona o računovodstvu; te
4. dijelovi izjave o primjeni korporativnog upravljanja koji sadržavaju informacije iz članka 22. stavka 1. točaka 3. i 4. Zakona o računovodstvu, uključenih u godišnje izvješće grupe za 2017. godinu, pripremljeni su u skladu sa zahtjevima Zakona o računovodstvu i dosljedni su, u svim značajnim odrednicama, priloženim konsolidiranim financijskim izvještajima.

Dodatno, na temelju poznavanja i razumijevanja poslovanja Grupe i njegova okruženja stečenog u okviru revizije konsolidiranih financijskih izvještaja, dužni smo izvijestiti ako smo ustanovili da postoje značajni pogrešni prikazi u priloženom Izvješću posloводства grupe, Izjavi o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja i Konsolidiranom godišnjem izvješću. U tom smislu nemamo što izvijestiti.

Odgovornosti uprave i Revizorskog odbora za konsolidirane godišnje financijske izvještaje

Uprava je odgovorna za sastavljanje konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja koji daju istinit i fer prikaz u skladu s MSFI-ima kako su usvojeni od strane EU i za one interne kontrole za koje uprava odredi da su potrebne za omogućavanje sastavljanja konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja koji su bez značajnog pogrešnog prikaza uslijed prijevare ili pogreške.

U sastavljanju konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja, uprava je odgovorna za procjenjivanje sposobnosti Grupe da nastavi s vremenski neograničenim poslovanjem, objavljivanje, ako je primjenjivo, pitanja povezanih s vremenski neograničenim poslovanjem i korištenjem računovodstvene osnove utemeljene na vremenskoj neograničenosti poslovanja, osim ako uprava ili namjerava likvidirati Grupu ili prekinuti poslovanje ili nema realne alternative nego da to učini.

Revizorski odbor je odgovoran za nadziranje procesa konsolidiranog financijskog izvještavanja kojeg je ustanovila Grupa.

## IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA (NASTAVAK)

Odgovornosti revizora za reviziju konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja

Naši ciljevi su steći razumno uvjerenje o tome jesu li konsolidirani godišnji financijski izvještaji kao cjelina bez značajnog pogrešnog prikaza uslijed prijevare ili pogreške i izdati izvješće neovisnog revizora koje uključuje naše mišljenje. Razumno uvjerenje je visoka razina uvjerenja, ali nije garancija da će revizija obavljena u skladu s MRevS-ima uvijek otkriti značajno pogrešno prikazivanje kada ono postoji. Pogrešni prikazi mogu nastati uslijed prijevare ili pogreške i smatraju se značajni ako se razumno može očekivati da, pojedinačno ili u zbroju, utječu na ekonomske odluke korisnika donijete na osnovi tih konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja.

Kao sastavni dio revizije u skladu s MRevS-ima, stvaramo profesionalne prosudbe i održavamo profesionalni skepticizam tijekom revizije. Mi također:

- Prepoznamo i procjenjujemo rizike značajnog pogrešnog prikaza konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja, zbog prijevare ili pogreške, oblikujemo i obavljamo revizijske postupke kao reakciju na te rizike i pribavljamo revizijske dokaze koji su dostatni i primjereni da osiguraju osnovu za naše mišljenje. Rizik neotkrivanja značajnog pogrešnog prikaza nastalog uslijed prijevare je veći od rizika nastalog uslijed pogreške, jer prijevare može uključiti tajne sporazume, krivotvorenje, namjerno ispuštanje, pogrešno prikazivanje ili zaobilazanje internih kontrola.
- Stječemo razumijevanje internih kontrola relevantnih za reviziju kako bismo oblikovali revizijske postupke koji su primjereni u danim okolnostima, ali ne i za svrhu izražavanja mišljenja o učinkovitosti internih kontrola Grupe.
- Ocjenjujemo primjerenost korištenih računovodstvenih politika i razumnost računovodstvenih procjena i povezanih objava koje je stvorila uprava.
- Zaključujemo o primjerenosti korištene računovodstvene osnove utemeljene na vremenskoj neograničenosti poslovanja koju koristi uprava i, temeljeno na pribavljenim revizijskim dokazima, zaključujemo o tome postoji li značajna neizvjesnost u vezi s događajima ili okolnostima koji mogu stvarati značajnu sumnju u sposobnost Grupe da nastavi s vremenski neograničenim poslovanjem. Ako zaključimo da postoji značajna neizvjesnost, od nas se zahtijeva da skrenemo pozornost u našem izvješću neovisnog revizora na povezane objave u konsolidiranim godišnjim financijskim izvještajima ili, ako takve objave nisu odgovarajuće, da modificiramo naše mišljenje. Naši zaključci se temelje na revizijskim dokazima pribavljenim sve do datuma našeg izvješća neovisnog revizora. Međutim, budući događaji ili uvjeti mogu uzrokovati da Grupa ne bude u mogućnosti nastaviti s vremenski neograničenim poslovanjem.
- Ocjenjujemo cjelokupnu prezentaciju, strukturu i sadržaj konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaja, uključujući i objave, kao i odražavaju li konsolidirani godišnji financijski izvještaji transakcije i događaje na kojima su zasnovani na način kojim se postiže fer prezentacija.
- Pribavljamo dovoljno odgovarajućih revizijskih dokaza u vezi financijskih informacija od osoba ili poslovnih aktivnosti unutar grupe za izražavanje mišljenja o konsolidiranim financijskim izvještajima. Mi smo odgovorni za usmjeravanje, nadzor i izvedbu grupne revizije. Jedini smo odgovorni za izražavanje našeg mišljenja.

Mi komuniciramo s Revizorskim odborom u vezi s, između ostalih pitanja, planiranim djelokrugom i vremenskim rasporedom revizije i važnim revizijskim nalazima, uključujući i u vezi sa značajnim nedostacima u internim kontrolama koji su otkriveni tijekom naše revizije.

Mi također dajemo izjavu Revizorskom odboru da smo postupili u skladu s relevantnim etičkim zahtjevima u vezi s neovisnošću i da ćemo komunicirati s njima o svim odnosima i drugim pitanjima za koja se može razumno smatrati da utječu na našu neovisnost, kao i, gdje je primjenjivo, o povezanim zaštitama.

Između pitanja o kojima se komunicira s Revizorskim odborom, mi određujemo ona pitanja koja su od najveće važnosti u reviziji konsolidiranih godišnjih financijskih izvještaj tekućeg razdoblja i stoga su ključna revizijska pitanja. Mi opisujemo ta pitanja u našem izvješću neovisnog revizora, osim ako zakon ili regulativa sprječava javno objavljivanje pitanja ili kada odlučimo, u iznimno rijetkim okolnostima, da pitanje ne treba objaviti u našem izvješću neovisnog revizora jer se razumno može očekivati da bi negativne posljedice objave nadmašile dobrobiti javnog interesa od takve objave.

## IZVJEŠĆE NEOVISNOG REVIZORA (NASTAVAK)

Izvješće o ostalim pravnim i regulatornim zahtjevima

U skladu s člankom 10. stavka 2. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog parlamenta i Vijeća, u našem izvješću neovisnog revizora dajemo sljedeće informacije koje su potrebne dodatno na zahtjeve Međunarodnih revizijskih standarda:

### *Imenovanje revizora i razdoblje angažmana*

Imenovani smo revizorom Grupe od strane Glavne skupštine dioničara 29. lipnja 2017. godine te je naš neprekidan angažman trajao 1 godinu.

### *Dosljednost s Dodatnim izvještajem Revizorskom odboru*

Potvrđujemo da je naše revizorsko mišljenje o konsolidiranim financijskim izvještajima u skladu s dodatnim izvješćem Revizorskom odboru Grupe koji smo izdali na 20. ožujka 2018. godine u skladu s člankom 11. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog Parlamenta i Vijeća.

### *Pružanje nerevizijskih usluga*

Izjavljujemo da Društvu i njenim kontroliranim tvrtkama u Europskoj Uniji nismo pružali zabranjene nerevizijske usluge navedene u članku 5. stavka 1. Uredbe (EU) br. 537/2014 Europskog parlamenta i Vijeća. Nadalje, nismo pružili ni ostale nerevizijske usluge Društvu i njenim kontroliranim tvrtkama koje nisu objavljene u konsolidiranim financijskim izvještajima.

Angažirani partner u reviziji koja ima za posljedicu ovo izvješće neovisnog revizora je Slaven Đuroković.



Slaven Đuroković, Član Uprave i ovlašteni revizor  
Ernst & Young d.o.o.  
Radnička cesta 50, Zagreb  
29. ožujka 2018. godine

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

**KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA**

**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.**

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<b>Bilješka</b>	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
Prihodi	5	5.372.074	5.174.539
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe		(1.327.839)	(1.308.331)
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku		(6.644)	13.984
Troškovi materijala i energije		(1.693.309)	(1.636.983)
Troškovi radnika	6	(828.533)	(800.863)
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	7	(367.686)	(355.339)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	2,24 13, 13a, 14	(175.758)	(166.580)
Ostali troškovi poslovanja	8	(630.696)	(630.774)
Ostali dobiti – neto	9	64.859	18.135
<b>Dobit iz poslovanja</b>		<b>406.468</b>	<b>307.788</b>
Financijski prihodi	10	28.559	41.378
Financijski rashodi	10	(78.118)	(145.021)
Rashodi od financiranja – neto	10	(49.559)	(103.643)
<b>Dobit prije poreza</b>		<b>356.909</b>	<b>204.145</b>
Porez na dobit	11	(80.685)	(40.910)
<b>Dobit za godinu</b>		<b>276.224</b>	<b>163.235</b>
<b>Pripisivo:</b>			
Dioničarima Društva		275.529	162.800
Manjinskim interesima		695	435
		276.224	163.235
<b>Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom godine (u kunama)</b>	12		
- osnovna		82,69	48,83
- razrijeđena		82,69	48,83

Bilješke koje slijede čine sastavni su dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.



ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O OSTALOJ SVEOBUHVAATNOJ DOBITI

ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<u>Bilješka</u>	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
<b>Dobit za godinu</b>		<b>276.224</b>	<b>163.235</b>
<b>Ostala sveobuhvatna dobit:</b>			
<b><i>Stavke koje se neće reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i></b>			
Aktuarski dobiti/(gubici) za planove definiranih primanja, neto od poreza	22	1.033	(826)
		<b>1.033</b>	<b>(826)</b>
<b><i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i></b>			
Tečajne razlike, neto od poreza	22	21.411	(47.577)
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	22	(15.466)	8.700
		<b>5.945</b>	<b>(38.877)</b>
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit/ (gubitak) za godinu, neto od poreza</b>		<b>6.978</b>	<b>(39.703)</b>
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu</b>		<b>283.202</b>	<b>123.532</b>
<b>Pripisiva:</b>			
Dioničarima Društva		282.520	123.109
Manjinskim interesima		682	423
<b>Ukupno sveobuhvatna dobit za godinu</b>		<b>283.202</b>	<b>123.532</b>

Bilješke koje slijede čine sastavni su dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

**KONSOLIDIRANA BILANCA**

**NA DAN 31. PROSINCA 2017.**

*(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)*

	<b>Bilješka</b>	<b>31. prosinca 2017.</b>	<b>31. prosinca 2016.</b>
<b>IMOVINA</b>			
<b>Dugotrajna imovina</b>			
Nekretnine, postrojenja i oprema	13	999.866	1.082.059
Ulaganja u nekretnine		1.209	1.259
Nematerijalna imovina	14	1.750.216	1.756.217
Odgođena porezna imovina	25	32.165	47.293
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	17	948	915
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	95.239	59.102
		<u>2.879.643</u>	<u>2.946.845</u>
<b>Kratkotrajna imovina</b>			
Zalihe	19	547.278	623.318
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	18	1.191.042	1.300.795
Potraživanja za porez na dobit		5.029	10.326
Derivativni financijski instrumenti	15	-	18.139
Novac i novčani ekvivalenti	20	497.079	490.730
		<u>2.240.428</u>	<u>2.443.308</u>
Dugotrajna imovina namijenjena prodaji	13a	6.336	5.687
Ukupno kratkotrajna imovina		<u>2.246.764</u>	<u>2.448.995</u>
<b>UKUPNO IMOVINA</b>		<b><u>5.126.407</u></b>	<b><u>5.395.840</u></b>
<b>KAPITAL I OBVEZE</b>			
<b>Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva</b>			
Dionički kapital	21	133.372	133.372
Kapitalna dobit	21	881.089	881.489
Vlastite dionice	21	(1.514)	(88)
Pričuve	22	(52.428)	(80.964)
Zadržana dobit		1.285.668	1.079.698
		<u>2.246.187</u>	<u>2.013.507</u>
Manjinski interesi		3.663	2.981
<b>Ukupno kapital</b>		<u>2.249.850</u>	<u>2.016.488</u>
<b>Dugoročne obveze</b>			
Obveze po primljenim kreditima	24	1.135.191	1.422.605
Odgođena porezna obveza	25	162.652	171.811
Ostale dugoročne obveze		3.017	6.673
Rezerviranja	26	50.456	58.036
		<u>1.351.316</u>	<u>1.659.125</u>
<b>Kratkoročne obveze</b>			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	23	903.144	1.073.996
Obveze po primljenim kreditima	24	546.060	588.539
Derivativni financijski instrumenti	15	1.226	-
Tekuća obveza poreza na dobit		21.341	9.231
Rezerviranja	26	53.470	48.461
		<u>1.525.241</u>	<u>1.720.227</u>
<b>Ukupno obveze</b>		<u>2.876.557</u>	<u>3.379.352</u>
<b>UKUPNO KAPITAL I OBVEZE</b>		<b><u>5.126.407</u></b>	<b><u>5.395.840</u></b>

Bilješke koje slijede čine sastavni su dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

## KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA KAPITALA

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

(u tisućama kuna)	Pripisivo dioničarima Društva					
	Dionički kapital, kapitalna dobit i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski interesi	Ukupno
Stanje 1. siječnja 2016.	1.014.689	(26.264)	954.325	1.942.750	2.558	1.945.308
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit za godinu	-	-	162.800	162.800	435	163.235
Ostali sveobuhvatni (gubitak)/ dobit	-	(38.865)	(826)	(39.691)	(12)	(39.703)
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	(38.865)	161.974	123.109	423	123.532
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Stjecanje manjinskih interesa (bilješka 28)	-	-	(4.778)	(4.778)	-	(4.778)
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	1.160	-	-	1.160	-	1.160
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(1.076)	-	-	(1.076)	-	(1.076)
Transfer	-	(15.835)	15.835	-	-	-
Dividenda za 2015. godinu (bilješka 21)	-	-	(47.658)	(47.658)	-	(47.658)
<b>Stanje 31. prosinca 2016.</b>	<b>1.014.773</b>	<b>(80.964)</b>	<b>1.079.698</b>	<b>2.013.507</b>	<b>2.981</b>	<b>2.016.488</b>
<b>Sveobuhvatna dobit:</b>						
Neto dobit za godinu	-	-	275.529	275.529	695	276.224
Ostali sveobuhvatni (gubitak)/ dobit	-	5.958	1.033	6.991	(13)	6.978
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	5.958	276.562	282.520	682	283.202
<b>Transakcije s vlasnicima:</b>						
Stjecanje manjinskih interesa (bilješka 28)	-	-	(1.126)	(1.126)	-	(1.126)
Isplata s temelja dionica (bilješka 21)	5.605	-	-	5.605	-	5.605
Otkup vlastitih dionica (bilješka 21)	(7.431)	-	-	(7.431)	-	(7.431)
Transfer	-	22.578	(22.578)	-	-	-
Dividenda za 2016. godinu (bilješka 21)	-	-	(46.888)	(46.888)	-	(46.888)
<b>Stanje 31. prosinca 2017.</b>	<b>1.012.947</b>	<b>(52.428)</b>	<b>1.285.668</b>	<b>2.246.187</b>	<b>3.663</b>	<b>2.249.850</b>

Bilješke koje slijede čine sastavni su dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

**ATLANTIC GRUPA d.d.**

**KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU**

**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.**

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<b>Bilješka</b>	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
<b>Novčani tok iz poslovnih aktivnosti</b>			
Novac generiran poslovanjem	29	505.076	428.152
Plaćene kamate		(100.391)	(82.290)
Plaćeni porez na dobit		(56.441)	(53.839)
		<u>348.244</u>	<u>292.023</u>
<b>Novčani tok iz/(korišten za) investicijske aktivnosti</b>			
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	13,14	(129.193)	(140.172)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i dugotrajne imovine namijenjene prodaji		8.799	49.260
Primici od prodaje podružnica – neto od novca u prodanim podružnicama	28	129.342	-
Primici od prodaje poslovanja čajeva		18.750	-
Stjecanje podružnica - neto od primljenog novca i novčanih ekvivalenata	28	(2.207)	(1.122)
Dani krediti i depoziti	18	(22.640)	(5.029)
Otplate danih kredita i depozita	18	22.002	4.162
Primljene kamate		4.584	3.390
		<u>29.437</u>	<u>(89.511)</u>
<b>Novčani tok korišten za financijske aktivnosti</b>			
Otkup vlastitih dionica	21	(7.431)	(1.076)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	24	120.394	434.386
Otplata primljenih kredita	24	(437.715)	(451.575)
Stjecanje udjela u podružnici od manjinskog interesa	28	(1.906)	(8.438)
Isplata dividende dioničarima Društva	21	(44.984)	(45.012)
Porez po odbitku na dividende isplaćene unutar Grupe		(1.904)	(2.646)
		<u>(373.546)</u>	<u>(74.361)</u>
<b>Neto povećanje novca i novčanih ekvivalenata</b>		<b><u>4.135</u></b>	<b><u>128.151</u></b>
Dobici/(gubici) od tečajnih razlika po novcu i novčanim ekvivalentima		2.214	(3.113)
Novac i novčani ekvivalenti na početku godine		490.730	365.692
<b>Novac i novčani ekvivalenti na kraju godine</b>	20	<b><u>497.079</u></b>	<b><u>490.730</u></b>

Bilješke koje slijede čine sastavni su dio ovih konsolidiranih financijskih izvještaja.

### **BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI**

Atlantic Grupa d.d. (Društvo) i ovisna društva (prikazana u bilješci 32, „Grupa“) posluje kao vertikalno integrirana multinacionalna kompanija. Grupa obavlja poslovne aktivnosti koje uključuju istraživanje i razvoj, proizvodnju te distribuciju robe široke potrošnje u Jugoistočnoj Europi, europskim tržištima te Rusiji i ZND-u (Zajednica Neovisnih Država). Sa svojom modernom proizvodnom mrežom, Atlantic Grupa se ističe kao jedan od vodećih prehrambenih proizvođača u Jugoistočnoj Europi s prominentnim brendovima iz segmenta kave - Grand Kafa i Barcaffé, s rasponom brendova iz segmenta pića - Cockta, Donat Mg, Cedevita, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano - Smoki, Chipsos, Najlepše želje i Bananica, brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza i Bakina tajna iz segmenta gourmet. Dodatno, Grupa ima široki portfelj proizvoda iz segmenta osobne njege, vlasnik je vodećeg hrvatskog proizvođača vitamina, minerala, suplemenata i OTC lijekova kao i vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. Nadalje, Grupa proizvodi i distribuira jedan od vodećih europskih brendova u segmentu sportske prehrane - Multipower i ima snažnu prisutnost na tržištu Rusije i ZND-a s portfeljem dječje hrane pod brendom Bebi. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji i Makedoniji, Grupa isto tako distribuira niz proizvoda vanjskih partnera (Unilever, Ferrero, Wrigley, Johnson & Johnson, Duracell i ostali). Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini i Makedoniji s društvima i predstavništvima u 12 zemalja. Grupa svoje proizvode izvozi na više od 40 tržišta diljem svijeta.

Sjedište Društva nalazi se u Zagrebu, Miramarska 23, Hrvatska.

Dionice Društva kotiraju na službenom tržištu Zagrebačke burze. Vlasnička struktura prikazana je u bilješci 21.

### **BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA**

Slijedi prikaz značajnih računovodstvenih politika usvojenih za pripremu ovih konsolidiranih financijskih izvještaja. Ove računovodstvene politike dosljedno su primjenjivane za sva razdoblja uključena u ove izvještaje, osim tamo gdje je drugačije navedeno.

#### **2.1 Osnove sastavljanja**

Konsolidirani financijski izvještaji Grupe sastavljeni su sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI), koje je usvojila Europska unija (EU), primjenom metode povijesnog troška, koji su promijenjeni za revalorizaciju financijske imovine raspoložive za prodaju te derivativnih financijskih instrumenata.

Sastavljanje konsolidiranih financijskih izvještaja sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) zahtijeva upotrebu određenih ključnih računovodstvenih procjena. Također se od Uprave zahtijeva da se služi prosudbama u procesu primjene računovodstvenih politika Grupe. Područja koja uključuju viši stupanj prosudbe ili složenosti, odnosno područja gdje su pretpostavke i procjene značajne za konsolidirane financijske izvještaje prikazana su u bilješci 4.

#### *(a) Novi i dopunjeni standardi i tumačenja usvojeni od strane Grupe*

Grupa je za svoje izvještajno razdoblje koje započinje 1. siječnja 2017. godine usvojila sljedeće nove i dopunjene standarde koje je odobrila Europska Unija i koji su relevantni za financijske izvještaje Grupe:

- *Izmjene MRS 7: Izvještaj o novčanim tokovima: Inicijativa objava:*

Izmjene su rezultirale dodatnim objavama promjena obveza koje proizlaze iz financijskih aktivnosti, uključujući promjene koje proizlaze iz novčanih tokova te nenovčanih promjena (kao što su dobici ili gubici od tečajnih razlika) te nemaju značajni utjecaj na konsolidirane financijske izvještaje Grupe (bilješka 3.2).

- *Izmjene MRS 12: Porez na dobit: Priznavanje odgođene porezne imovine za nerealizirane gubitke*  
Izmjene objašnjavaju da subjekt mora uzeti u obzir zabranjuje li porezni zakon izvore oporezivih

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)**

dobitaka od kojih može zaračunati odbitke na ukidanje privremenih dobitnih razlika povezanih s nerealiziranim gubicima. Nadalje, izmjene pružaju smjernice na koji način subjekt treba određivati buduće oporezive dobitke i objašnjavaju okolnosti pod kojima oporeziva dobit može sadržavati prodajnu vrijednost pojedine imovine veću nego što je njezina knjigovodstvena vrijednost. Usvajanje ovih promjena nije značajno utjecalo na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.

- *Ciklus godišnjih poboljšanja 2014-2016*
- *Izmjene MSFI 12: Objavljivanje udjela u drugim subjektima: Objašnjenje djelokruga obveza objavljivanja u MSFI 12*

Izmjene pojašnjavaju da se obveze objavljivanja u MSFI 12, osim onih u paragrafima B10-B16, odnose na udio subjekta u podružnici, zajedničkom pothvatu ili partnerstvu (ili udjelu svojih utjecaja u zajedničkom pothvatu ili partnerstvu) koje je klasificirano (ili uključeno u grupu koja je klasificirana) kao namijenjeno prodaji. Usvajanje ovih promjena nije značajno utjecalo na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.

*(b) Standardi, nadopune i tumačenja koji su objavljeni i usvojeni u EU, ali još nisu na snazi*

Na datum odobrenja financijskih izvještaja, bili su objavljeni sljedeći standardi, nadopune i tumačenja usvojeni u Europskoj uniji koji još nisu na snazi:

- *MSFI 15 'Prihodi od ugovora s kupcima' (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2018. godine)*

Odbor za Međunarodne računovodstvene standarde izdao je novi standard za priznavanje prihoda u svibnju 2014. godine i nadopunu MSFI 15 u travnju 2016. godine. Prema MSFI-ju 15, prihodi se priznaju u iznosu koji odražava protuuslugu na koju subjekt ima pravo za prijenos dobara ili usluga kupcu. Novi standard o prihodima će zamijeniti MRS 18 koji pokriva ugovore za robu i usluge te MRS 11 koji pokriva ugovore o izgradnji.

Potpuna ili modificirana retrospektivna primjena je nužna za godišnje periode koji počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2018. Dopušteno je rano usvajanje. Grupa će usvojiti novi standard na zahtijevani datum koristeći metodu potpune retrospektive.

Tijekom 2017. godine, Grupa je provela preliminarne procjene o efektima prijelaza na MSFI 15 na osnovnim vrstama komercijalnih ugovora s kupcima po ovom modelu te je zaključeno kako prelazak na novi standard neće imati materijalno značajni utjecaj na konsolidirane financijske izvještaje. Efekti koji su identificirani su opisani u nastavku:

- Plaćanja kupcima za pozicioniranje robe u hladnjacima trenutačno iskazana u sklopu troškova marketinga i unapređenja prodaje će se reklasificirati na umanjeње prodaje
- Plaćanja kupcima za dodatno pozicioniranje robe na posebnim mjestima kod kupaca trenutačno iskazana u sklopu troškova marketinga i unapređenja prodaje će se reklasificirati na umanjeње prodaje
- Naknade za ulistanja novih proizvoda i naknade za ulistanja u novootvorene trgovine trenutačno iskazane kao umanjeње prodaje u danom trenutku nastanka poslovnog događaja će se iskazivati kao umanjeње prodaje tijekom minimalno očekivanog razdoblja ulistanja
- Plaćanja kupcima na ime aktivnosti unapređenja prodaje dogovorene na ad-hoc principu trenutačno iskazana u sklopu troškova marketinga i unapređenja prodaje će se reklasificirati na umanjeње prodaje, tijekom razdoblja na koje se pojedina aktivnost odnosi
- Plaćanja kupcima iz HoReCa kanala na ime aktivnosti unapređenja prodaje i rasta koja su se odvijala na godišnjoj razini, ovisno o ostvarenju zadanih ciljeva i koja su trenutačno iskazana u sklopu troškova marketinga i unapređenja prodaje će se reklasificirati na umanjeње prodaje, tijekom razdoblja na koje se pojedina aktivnost odnosi, vodeći računa o sezonalnosti i očekivanom ostvarenju zadanih ciljeva.

Procijenjeni utjecaj prelaska na novi standard na prihode i troškove marketinga i unapređenja prodaje u 2017. godini je umanjeње za iznos u rasponu od 50 do 85 milijuna kuna, bez utjecaja na dobit iz poslovanja. Budući da je riječ o gruboj procjeni, tijekom 2018. godine može doći do promjene navedenog iznosa utjecaja.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)**

- *MSFI 9 'Financijski instrumenti' (na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2018. godine)*

Objavljeni u srpnju 2014., finalna verzija koja je zamijenila MRS 39 Financijski instrumenti: Priznavanje i mjerenje, MSFI 9 spaja sva tri aspekta računovodstva financijskih instrumenata: klasifikacija i mjerenje, umanjeno i računovodstvo zaštite. Izuzev računovodstva zaštite, nužna je retroaktivna primjena, dok pružanje usporednih informacija nije obavezno. Za računovodstvo zaštite, zahtjevi se generalno primjenjuju prospektivno, uz neke ograničene izuzetke.

Grupa je provela procjenu utjecaja novog standarda te ne očekuje utjecaj nove klasifikacije, mjerenja i prestanka priznavanja na svoju financijsku imovinu i obveze:

  - Ulaganja u glavničke instrumente koji ne kotiraju na aktivnom tržištu namjeravaju se držati u doglednoj budućnosti. Nije bilo umanjenja vrijednosti ove imovine u prethodnim razdobljima i njihova vrijednost nije materijalno značajna. Ipak, Grupa će primijeniti opciju prikazivanja promjena fer vrijednosti u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti i stoga primjena MSFI 9 neće imati značajan utjecaj.
  - Većinu financijske imovine Grupe čine potraživanja od kupaca i Grupa će primijeniti pojednostavljeni pristup i iskazivati očekivane gubitke od umanjenja vrijednosti tijekom životnog vijeka svih potraživanja od kupaca, temeljeno na povijesnim iskustvima ostvarenih gubitaka od umanjenja potraživanja. Ovakav pristup će imati za posljedicu to da će se gubici od umanjenja vrijednosti iskazivati ranije i potencijalno biti viši.
  - Grupa vjeruje kako će svi trenutačni odnosi zaštite označeni kao učinkoviti odnosi zaštite zadovoljavati kriterije računovodstva zaštite i po MSFI-ju 9. Budući da MSFI 9 ne mijenja temeljna načela povezana s računovodstvom učinkovitih instrumenata zaštite, Grupa ne očekuje značajan utjecaj primjene MSFI-ja 9. Također, očekuje se da neće biti utjecaja na financijske obveze.

Promjene u računovodstvenim politikama zbog prelaska na MSFI 9 će se primijeniti retroaktivno na 1. siječnja 2018. godine, ali bez promjene usporednih podataka iz prethodnih razdoblja. Razlika između knjigovodstvene vrijednosti financijskih instrumenata mjerenih po MSFI 9 i knjigovodstvene vrijednosti financijskih instrumenata mjerenih po MRS 39 bit će iskazana u sklopu početnog stanja zadržane dobiti. Ukupan procijenjeni iznos ove razlike na datum prelaska na novi standard nije materijalan.
- *MSFI 16 'Najmovi' (objavljen u siječnju 2016. godine i na snazi za godišnja razdoblja koja počinju na dan ili nakon 1. siječnja 2019. godine, ranija primjena je dozvoljena samo ukoliko se primjeni istovremeno s MSFI-jem 15)*

zamjenjuje MRS 17 Najmovi, IFRIC 4 Određivanje uključuje li sporazum najam, SIC 15 Operativni najam-incentivi i SIC-27 Promjena sadržaja transakcija uključujući pravni oblik najma. MSFI 16 postavlja načela priznavanja, mjerenja, prezentiranja i objavljivanja najmova te zahtjeva od najmoprimaca iskazivanje svih najmova pojedinačno u bilanci slično kao i financijski najam prema MRS 17.

Standard uključuje dva izuzetka u priznavanju za najmoprimca - najam imovine „male vrijednosti“ (npr. osobna računala) te kratkoročni najam, odnosno najam s periodom od 12 mjeseci ili kraćim. Na datum početka najma, najmoprimac će priznati obveze za najam te imovinu koja predstavlja pravo na korištenje osnovne imovine tijekom perioda najma, odnosno pravo na korištenje imovine. Najmoprimci će biti dužni odvojeno priznavati troškove kamata na obveze za najam te troškove amortizacije prava na korištenje imovine. Najmoprimci će također biti dužni ponovno mjeriti obveze za najam nakon određenih događaja (npr. promjena perioda najma, promjena u budućim uplatama za najam koje su rezultat promjene u indeksu ili stopi korištenoj za utvrđivanje tih uplata). Najmoprimac će generalno priznavati iznos ponovnog mjerenja tih obveza kao prilagodbu na pravo korištenja imovine.

Računovodstveni tretman najmodavatelja prema MSFI 16 ostaje nepromijenjen u odnosu na trenutni prema MRS 17. Najmodavac će nastaviti klasificirati sve najmove koristeći ista klasifikacijska načela kao u MRS 17 te će razdvajati dva oblika najma: operativni i financijski najam. MSFI 16 također zahtjeva od najmoprimca i najmodavca opširnije objavljivanje nego prema MRS 17. Najmoprimac može izabrati hoće li primijeniti standard koristeći potpuni ili modificirani retrospektivni pristup. Prijelazna odredba standarda dopušta određena olakšanja.

U 2018. godini Grupa nastavlja proces procjene utjecaja izmjena na svoje financijske izvještaje.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)**

*(c) Standardi, nadopune i tumačenja koji su objavljeni ali još nisu usvojeni u EU*

Na datum odobravanja ovih financijskih izvještaja, sljedeći standardi, nadopune i tumačenja su bili izdani od strane Međunarodnog odbora za računovodstvene standarde ali još nisu bili usvojeni od strane EU:

- *MSFI 14 Regulirana aktivna i pasivna razgraničenja*

Izdan u siječnju 2014. godine (primjenjuje se na periode koji počinju na ili nakon 1. siječnja 2016. godine). Europska komisija odlučila je ne započeti proces odobravanja ovog preliminarnog standarda te čekati konačni standard. Ovaj standard nije primjenjiv za Grupu.

- *MSFI 17 Ugovori o osiguranju*

Izdan u svibnju 2017. kao novi opsežni računovodstveni standard za ugovore o osiguranju koji pokriva njihovo priznavanje i mjerenje, prezentiranje te objavljivanje. Kada stupi na snagu, MSFI 17 će zamijeniti MSFI 4 Ugovori o osiguranju koji je izdan 2005. godine. MSFI 17 primjenjuje se na sve vrste ugovora o osiguranju, odnosno na životno, neživotno, izravno osiguranje te reosiguranje, neovisno o obliku subjekta koje ih izdaje kao i određenim garancijama i financijskim instrumentima s diskrecijskim mogućnostima sudjelovanja. Ovaj standard nije primjenjiv za Grupu.

- *Prijenos ulaganja u nekretnine - Nadopune MRS-a 40*

Pojašnjavaju kada subjekt treba prenijeti imovinu, uključujući imovinu u izgradnji ili pripremi, u ili iz ulaganja u imovinu. Izmjene tvrde da se izmjena uporabe pojavljuje kada imovina zadovoljava ili prestaje zadovoljavati definiciju ulaganja u imovinu te ukoliko za to postoji dokaz. Obična promjena u namjerama Uprave o korištenju imovine ne pruža dovoljan dokaz o promjeni uporabe imovine. Subjekti bi trebali primjenjivati izmjene prospektivno prema promjenama u korištenju koje se javlja nakon početka perioda godišnjeg izvještavanja u kojem subjekt po prvi puta primjenjuje izmjene. Subjekt bi trebao preispitati klasifikaciju imovine koju drži na datum te ukoliko je primjenjivo, reklasificirati imovinu da odražava uvjete koji jesu na datum. Retrospektivna primjena u skladu s MRS 8 je dopuštena samo ukoliko je moguće bez korištenja naknadne razlike. Primjenjuje se za godišnje periode koji počinju na ili nakon 1. siječnja 2018. godine. Rana primjena izmjena je dopuštena i mora biti objavljena. Grupa će primijeniti izmjene kada one stupe na snagu. Uprava predviđa kako usvajanje neće imati materijalnog utjecaja na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.

- *Klasifikacija i mjerenje Plaćanja temeljenog na dionicama - Nadopune MSFI-ja 2*

Adresiraju tri glavna područja: efekte uvjeta stjecanja na novčano mjerenje plaćanja temeljenog na dionicama, klasifikacija plaćanja temeljenog na dionicama sa značajkama neto namire po odbitku poreznih obveza te modifikacija računovodstva gdje prema uvjetima i odredbama plaćanja temeljenog na dionicama mijenja svoju klasifikaciju podmirenog novcem u podmireno glavnicom. Pri usvajanju, subjekti su dužni primijeniti izmjene bez prepravljivanja prethodnih razdoblja, no retrospektivna primjena je dopuštena ukoliko je odabrana za sve tri izmjene te ukoliko se usklade s ostalim kriterijima. Izmjene se primjenjuju na godišnje periode koji počinju na ili nakon 1. siječnja 2018. godine uz dopuštenu raniju primjenu. Grupa procjenjuje potencijalni utjecaj izmjena na svoje konsolidirane financijske izvještaje.

- *Nadopune MSFI-ja 10 i MRS-a 28 Udjeli u pridruženim poduzećima i zajedničkim pothvatima*

Adresiraju sukobe između MSFI-ja 10 i MRS-a 28 u nošenju s gubitkom kontrole nad podružnicom koja je prodana ili je dio pridruženog poduzeća ili zajedničkog pothvata. Kako je definirano prema MSFI 3, izmjene pojašnjavaju da su dobiti ili gubici (kao rezultat prodaje ili imovine koja čini poslovanje) između investitora te pridruženog poduzeća ili zajedničkog pothvata priznati u cijelosti. Međutim, bilo koji dobitak ili gubitak (kao rezultat prodaje ili imovine koja ne čini poslovanje) priznaje se samo u opsegu udjela nepovezanog investitora u poduzeću ili zajedničkom pothvatu. IASB je odgodio datum stupanja navedenih izmjena na neodređeno, ali subjekt koji ranije usvoji izmjene mora ih implementirati prospektivno. Menadžment predviđa da usvajanje izmjena neće imati materijalnog utjecaja na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.



**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.1 Osnove sastavljanja (nastavak)**

- Ciklus godišnjih poboljšanja 2014.-2016. (izdano u prosincu 2016. godine)

Ova poboljšanja uključuju:

- *MSFI 1 – Prvotno usvajanje međunarodnih standarda financijskog izvještavanja* – Brisanje kratkoročnih izuzeća za subjekte koji prvi puta usvajaju standard  
Grupa već primjenjuje MSFI, stoga ova izmjena nije primjenjiva na Grupu.
- *MRS 28 Ulaganja u pridružena poduzeća i zajedničke pothvate* – pojašnjenje da je mjerenje ulaganja po fer vrijednosti kroz dobit ili gubitak ulaganje po izboru ulaganja.  
Grupa nema pridružena poduzeća ni zajedničke pothvate, stoga ove izmjene nisu primjenjive na Grupu.
- Primjena MSFI 9 Financijski instrumenti s MSFI 4 Ugovori o osiguranju – izmjene MSFI 4  
Ove izmjene nisu primjenjive na Grupu.
- IFRIC Interpretacija 22 Transakcije u stranim valutama i plaćanje predujmova

Interpretacija objašnjava da u određivanju spot tečaja za početno priznavanje povezane imovine, troškova ili dohotka (ili njegova dijela) prestanka priznavanja nemonetarne imovine ili obveza proizašlih iz plaćanja predujmova, datum transakcije je datum na koji subjekt inicijalno priznaje nemonetarnu imovinu ili nemonetarnu obvezu proizašlu iz plaćanja predujmova. Ukoliko postoji veći broj plaćanja ili predujmova, tada subjekt mora odrediti datum transakcije za svako plaćanje ili predujam. Subjekti mogu primjenjivati izmjene na potpuno retrospektivnoj bazi. Alternativno, subjekt može primijeniti interpretacije prospektivno za svu imovinu, troškove i dohodak u opsegu koji su početno priznati na ili nakon:

- (i) Početka izvještajnog razdoblja u kojem subjekt po prvi puta primjenjuje aplikaciju ili
- (ii) Početkom prethodnog izvještajnog razdoblja prikazanog kao usporedna informacija u financijskim izvještajima izvještajnog razdoblja u kojem subjekt po prvi puta primjenjuje interpretaciju

Interpretacija stupa na snagu za godišnja razdoblja koja počinju na ili nakon 1. siječnja 2018. godine. Rana primjena interpretacije je dozvoljena i mora biti objavljena. Međutim, budući da je trenutna praksa Grupe sukladna s interpretacijom, Grupa ne očekuje nikakav utjecaj na svoje konsolidirane financijske izvještaje.

- IFRIC Interpretacija 23 Nesigurnosti oko tretmana poreza na dohodak

Interpretacija se odnosi na računovodstvo poreza na dohodak kada porezni tretman uključuje nesigurnosti koje utječu na primjenu MRS 12 te se ne primjenjuje na poreze i pristojbe izvan opsega MRS 12, niti posebno uključuje zahtjeve vezane uz kamate i kazne povezane s nesigurnim poreznim tretmanima. Uprava predviđa da usvajanje neće imati materijalnog značaja na konsolidirane financijske izvještaje Grupe.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.2 Konsolidacija**

*(a) Ovisna društva*

Ovisna društva su sva društva (uključujući i društva s posebnom namjenom) nad kojima Grupa ima kontrolu. Grupa ima kontrolu nad društvom kada je izložena ili ima prava na različite povrate koji proizlaze iz povezanosti s društvom te kada, putem svoje moći nad društvom ima mogućnost utjecati na te povrate. Ovisna društva su u potpunosti konsolidirana od datuma na koji je kontrola stvarno prenesena na Grupu te isključena iz konsolidacije od dana kad ta kontrola prestane.

Grupa primjenjuje računovodstvenu metodu stjecanja za računovodstveni tretman poslovnih spajanja. Naknada prenesena za stjecanje ovisnog društva jest fer vrijednost prenesene imovine, nastalih obveza i glavnih udjela koje je izdala Grupa. Prenesena naknada uključuje fer vrijednost svake stavke imovine ili obveza koja je rezultat ugovora o potencijalnoj naknadi. Troškovi povezani sa stjecanjem iskazuju se u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti po nastanku. Stečena prepoznatljiva imovina, obveze i potencijalne obveze u poslovnom spajanju početno se mjere po fer vrijednosti na dan stjecanja. Grupa priznaje manjinske interese u stečenom društvu pojedinačno od stjecanja do stjecanja ili po fer vrijednosti ili po proporcionalnom udjelu manjinskog interesa u priznatoj prepoznatljivoj neto imovini stečenog društva.

Goodwill se početno mjeri kao višak ukupne prenesene naknade i fer vrijednosti manjinskog interesa u stečenom društvu i fer vrijednosti na datum stjecanja bilo kojeg prijašnjeg vlasničkog udjela u stečenom društvu iznad fer vrijednosti udjela Grupe u stečevoj prepoznatljivoj neto imovini. Ako je to ispod fer vrijednosti neto imovine stečenog ovisnog društva u slučaju stjecanja po cijeni nižoj od prodajne, razlika se iskazuje izravno u računu dobiti i gubitka (bilješka 2.6).

Sve transakcije unutar Grupe, stanja i nerealizirani dobiti od transakcija unutar društava Grupe se eliminiraju. Isto tako eliminiraju se i nerealizirani gubici. Prema potrebi, računovodstvene politike podružnica izmijenjene su kako bi se uskladile s politikama koje primjenjuje Grupa.

*(b) Transakcije s manjinskim interesima*

Grupa transakcije s manjinskim interesima koje ne rezultiraju gubitkom kontrole nad ovisnim društvom tretira kao transakcije s većinskim vlasnicima Grupe. Kod otkupa dionica od manjinskih interesa razlika između plaćenih iznosa i pripadajućeg stečenog udjela knjigovodstvene vrijednosti neto imovine ovisnog društva iskazuju se u kapitalu. Dobici ili gubici od prodaje manjinskog interesa također se iskazuju u kapitalu.

*(c) Prestanak kontrole nad ovisnim društvom*

Kad Grupa izgubi kontrolu, prestaje priznavati povezanu imovinu (uključujući goodwill), obveze, nekontrolirajući interes te ostale komponente kapitala, dok se svi zadržani udjeli u društvu ponovno procjenjuju na fer vrijednost, uz priznavanje promjene knjigovodstvene vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Fer vrijednost je početna knjigovodstvena vrijednost u svrhu naknadnog računovodstvenog tretmana zadržanih udjela kao pridruženog društva, zajedničkog pothvata ili financijske imovine. Nadalje, svi iznosi prethodno priznati u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti vezani za to društvo računovodstveno se tretiraju kao da je Grupa izravno prodala povezanu imovinu ili obveze. To može značiti da se iznosi prethodno priznati u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti reklasificiraju u račun dobiti i gubitka.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.3 Izvještavanje o poslovnim segmentima**

O poslovnim segmentima izvještava se sukladno internom izvještavanju izvršnom donositelju odluka. Izvršni donositelj odluka, koji je odgovoran za alokaciju resursa i ocjenjivanje uspješnosti poslovnih segmenata je Strateško poslovno vijeće.

**2.4 Strane valute**

*(a) Funkcionalna i izvještajna valuta*

Stavke uključene u financijske izvještaje svake pojedine članice Grupe iskazane su u valuti primarnog gospodarskog okruženja u kojem to društvo posluje ('funkcionalna valuta'). Konsolidirani financijski izvještaji prikazani su u kunama, što predstavlja funkcionalnu valutu Društva i izvještajnu valutu Grupe.

*(b) Transakcije i stanja u stranoj valuti*

Transakcije u stranim sredstvima plaćanja preračunavaju se u funkcionalnu valutu tako da se iznosi u stranim sredstvima plaćanja preračunavaju po tečaju na dan transakcije ili na dan vrednovanja u slučaju da se stavke ponovno vrednuju. Dobici ili gubici od tečajnih razlika, koji nastaju prilikom podmirenja tih transakcija i preračuna monetarne imovine i obveza izraženih u stranim valutama, priznaju se u računu dobiti i gubitka.

Dobici ili gubici od tečajnih razlika koji se odnose na obveze po primljenim kreditima iskazani su u računu dobiti i gubitka unutar financijskih prihoda ili rashoda. Svi ostali dobiti ili gubici od tečajnih razlika su iskazani unutar stavke 'ostali dobiti/(gubici) – neto' u računu dobiti i gubitka.

*(c) Članice Grupe*

Rezultati poslovanja i financijsko stanje svih članica Grupe čija se funkcionalna valuta razlikuje od izvještajne valute preračunavaju se u izvještajnu valutu kako slijedi:

- (i) imovina i obveze za svaku bilancu preračunavaju se prema zaključnom tečaju na datum te bilance;
- (ii) prihodi i rashodi za svaki račun dobiti i gubitka preračunavaju se prema prosječnim tečajevima; i
- (iii) sve nastale tečajne razlike priznaju se na zasebnoj poziciji unutar ostale sveobuhvatne dobiti.

U konsolidaciji, tečajne razlike nastale preračunom neto ulaganja u inozemna ovisna društva evidentiraju se u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Prilikom prodaje inozemnog ovisnog društva, sve tečajne razlike iz kapitala reklasificiraju se iz ostale sveobuhvatne dobiti u račun dobiti i gubitka kao dio dobitka ili gubitka od prodaje.

Goodwill i korekcije fer vrijednosti po stjecanju društva u inozemstvu se tretiraju kao imovina i obveze društva u inozemstvu, te se preračunavaju po zaključnom tečaju na datum bilance. Tečajne razlike nastale prilikom preračuna se priznaju unutar ostale sveobuhvatne dobiti.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.5 Nekretnine, postrojenja i oprema**

Nekretnine, postrojenja i oprema iskazani su u bilanci po povijesnom trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti, ako je potrebno. Povijesni trošak uključuje trošak koji je izravno povezan sa stjecanjem imovine.

Naknadni izdaci uključuju se u knjigovodstvenu vrijednost imovine ili se, po potrebi, priznaju kao zasebna imovina samo ako će Grupa imati buduće ekonomske koristi od spomenute imovine, te ako se trošak imovine može pouzdano mjeriti. Knjigovodstvena vrijednost zamijenjenog dijela prestaje se priznavati. Svi ostali troškovi investicijskog i tekućeg održavanja terete račun dobiti i gubitka u financijskom razdoblju u kojem su nastali.

Zemljište i imovina u pripremi se ne amortiziraju. Amortizacija ostalih nekretnina, postrojenja i opreme se obračunava primjenom pravocrtne metode u svrhu alokacije troška do rezidualne vrijednosti sredstva te imovine u toku njenog procijenjenog korisnog vijeka uporabe, kako slijedi:

Zgrade	10 do 50 godina
Postrojenja i oprema	2 do 20 godina

Rezidualna vrijednost imovine predstavlja procijenjeni iznos koji bi Grupa trenutno dobila od prodaje imovine umanjen za procijenjeni trošak prodaje u slučaju da je imovina dosegla starost i stanje koje se očekuje na kraju vijeka trajanja imovine. Rezidualna vrijednost imovine je nula ako Grupa očekuje da će je koristiti do kraja njenog vijeka trajanja. Rezidualna vrijednost imovine i korisni vijek uporabe pregledavaju se na svaki datum bilance i po potrebi usklađuju.

U slučaju da je knjigovodstveni iznos imovine veći od procijenjenog nadoknadivog iznosa, razlika se otpisuje do nadoknadivog iznosa (bilješka 2.7).

Dobici i gubici nastali prodajom određuju se usporedbom prihoda i knjigovodstvene vrijednosti sredstva i uključuju se u ostale dobitke/(gubitke) – neto u računu dobiti i gubitka.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.6 Nematerijalna imovina**

*(a) Goodwill*

Goodwill predstavlja razliku između troška stjecanja i fer vrijednosti udjela Grupe u neto prepoznatljivoj imovini stečenog ovisnog društva, priznatog iznosa ne-kontrolirajućeg interesa i fer vrijednosti prethodnog udjela s datumom stjecanja. Goodwill nastao stjecanjem ovisnog društva iskazan je u okviru nematerijalne imovine.

Goodwill se provjerava za umanjene vrijednosti godišnje ili i češće, ukoliko događaji i okolnosti indiciraju potencijalno umanjene vrijednosti te se iskazuje po trošku stjecanja umanjenom za akumulirane gubitke od umanjenja vrijednosti. Gubici od umanjenja vrijednosti goodwilla se ne ukidaju. Dobici i gubici od prodaje poslovnog subjekta uključuju knjigovodstvenu vrijednost goodwilla koja se odnosi na prodani subjekt.

Goodwill se alocira na jedinice stvaranja novca za potrebe testiranja umanjenja vrijednosti. Alokacija se provodi na one jedinice stvaranja novca za koje se očekuje da će imati koristi od sinergija iz poslovne kombinacije u kojoj je goodwill nastao. Goodwill se prati na razini poslovnog segmenta.

*(b) Distribucijska prava*

Pojedinačno stečena distribucijska prava iskazuju se po povijesnom trošku. Distribucijska prava stečena poslovnim kombinacijama priznaju se po fer vrijednosti na dan stjecanja. Prava distribucije proizvoda imaju ograničen vijek uporabe i iskazuju se po trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjene vrijednosti, ako postoji. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak prava tijekom njihova procijenjenog vijeka uporabe (od 1,5 do 5 godina).

*(c) Brendovi*

Brendovi stečeni poslovnim kombinacijama iskazuju se po inicijalno utvrđenoj fer vrijednosti (na dan stjecanja) umanjeni za akumuliranu amortizaciju. Amortizacija se obračunava pravocrtnom metodom kako bi se alocirao trošak brenda u toku njegovog procijenjenog vijeka uporabe (15 godina).

Brendovi s neograničenim vijekom uporabe se ne amortiziraju nego se godišnje provjeravaju zbog umanjenja vrijednosti na razini jedinice stvaranja novca.

*(d) Računalni softver*

Licence za softver kapitaliziraju se na temelju troškova stjecanja i troškova koji nastaju dovođenjem softvera u radno stanje. Ovi troškovi amortiziraju se pravocrtnom metodom tijekom njihovog korisnog vijeka uporabe (do 5 godina).

*(e) Licence*

Licence stečene poslovnim kombinacijama iskazuju se po fer vrijednosti utvrđenoj na dan stjecanja. Licence imaju neograničen vijek upotrebe i ne amortiziraju se, ali se godišnje provjeravaju zbog umanjenja vrijednosti na razini jedinice stvaranja novca.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.7 Umanjenje vrijednosti nefinancijske imovine**

Najmanje jednom godišnje se ispituje umanjenje vrijednosti imovine koja ima neograničen korisni vijek uporabe i koja se ne amortizira (kao što su brendovi, licence i goodwill). Imovina koja se amortizira pregledava se zbog umanjenja vrijednosti kada događaji ili promijenjene okolnosti ukazuju na to da knjigovodstvena vrijednost možda nije nadoknadiva. Gubitak od umanjenja vrijednosti priznaje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti imovine i njenog nadoknadivog iznosa. Nadoknadivi iznos je fer vrijednost imovine umanjena za troškove prodaje ili vrijednost imovine u uporabi, ovisno o tome koji je viši. Za potrebe procjene umanjenja vrijednosti, imovina se grupira na najniži nivo kako bi se pojedinačno utvrdio novčani tok (jedinice stvaranja novca). Nefinancijska imovina osim goodwilla za koju je iskazan gubitak od umanjenja vrijednosti, provjerava se na svaki datum izvještavanja radi mogućeg ukidanja umanjenja vrijednosti.

**2.8 Financijska imovina**

Grupa klasificira svoju financijsku imovinu u sljedeće kategorije: krediti i potraživanja, financijska imovina raspoloživa za prodaju te financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka. Klasifikacija ovisi o svrsi za koju je financijska imovina stečena. Uprava klasificira financijsku imovinu kod početnog priznavanja i procjenjuje tu klasifikaciju na svaki datum izvještavanja.

*(a) Krediti i potraživanja*

Kredit i potraživanja predstavljaju nederivativnu financijsku imovinu s fiksnim ili odredivim plaćanjem koja ne kotira na aktivnom tržištu. Iskazana je u okviru kratkotrajne imovine, osim imovine s dospeljećem dužim od 12 mjeseci nakon datuma bilance. Takva se imovina klasificira kao dugotrajna imovina. Kredit i potraživanja Grupe sastoje se od „Potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja“, „Depozita“ i „Novca i novčanih ekvivalenata“ u bilanci (bilješke 2.11 i 2.12).

Kredit i potraživanja iskazani su po amortiziranom trošku primjenom metode efektivne kamatne stope.

*(b) Financijska imovina raspoloživa za prodaju*

Financijska imovina raspoloživa za prodaju predstavlja nederivativnu imovinu koja je iskazana u ovoj kategoriji ili nije klasificirana u neku drugu kategoriju. Uključena je u dugotrajnu imovinu, osim ako Uprava ima namjeru prodati ulaganje unutar razdoblja od 12 mjeseci od datuma bilance. Financijska imovina raspoloživa za prodaju iskazuje se po fer vrijednosti, osim u slučaju ulaganja u glavnice instrumente koji ne kotiraju na aktivnom tržištu i čija se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti; tada se ona iskazuje po trošku ulaganja.

*(c) Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka*

Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka je financijska imovina namijenjena trgovanju. Financijska imovina se klasificira u ovu kategoriju ukoliko je nabavljena isključivo s namjenom prodaje u kratkom vremenskom razdoblju. Derivativni instrumenti su također kategorizirani kao namijenjeni za trgovanje osim ukoliko nisu kategorizirani kao instrumenti zaštite. Imovina iskazana u ovoj kategoriji klasificira se kao kratkotrajna ukoliko se očekuje da će biti realizirana u razdoblju do 12 mjeseci, u suprotnom se klasificira kao dugotrajna imovina.

Sva kupljena i prodana financijska imovina priznaje se na datum transakcije, odnosno na datum na koji se Grupa obvezala kupiti ili prodati sredstvo. Ulaganja se početno priznaju po fer vrijednosti uvećanoj za troškove transakcije za cjelokupnu financijsku imovinu koja nije iskazana po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka. Financijska imovina po fer vrijednosti u računu dobiti ili gubitka se početno priznaje po fer vrijednosti dok se troškovi transakcije iskazuju odmah u računu dobiti i gubitka. Financijska imovina se prestaje priznavati kada isteknu ili su prenesena prava na primitak novčanih tokova od ulaganja ili kada je Grupa prenijela sve bitne rizike i koristi vlasništva.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.8 Financijska imovina (nastavak)**

Kod promjene fer vrijednosti monetarnih vrijednosnica izraženih u stranoj valuti i klasificiranih kao raspoložive za prodaju analiziraju se tečajne razlike koje su rezultat promjena amortiziranog troška vrijednosnica i ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti vrijednosnica. Prihodi od kamata i razlike u preračunu priznaju se u računu dobiti i gubitka, a ostale promjene knjigovodstvene vrijednosti u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Promjene u fer vrijednosti ostalih monetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju i nemonetarnih vrijednosnica raspoloživih za prodaju priznaju se u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti.

Fer vrijednosti ulaganja koja kotiraju na burzi temelje se na tekućim cijenama ponude. Ako tržište za neko financijsko sredstvo nije aktivno, Grupa utvrđuje fer vrijednost pomoću tehnika procjene vrijednosti koje uzimaju u obzir nedavne transakcije pod uobičajenim trgovačkim uvjetima te usporedbu s drugim sličnim instrumentima, analizu diskontiranog novčanog toka i modela određivanja cijena opcija, maksimalno koristeći tržišne informacije te se minimalno oslanjajući na informacije specifične za poslovni subjekt.

Na svaki datum bilance Grupa procjenjuje postoje li objektivni dokazi o umanjenju vrijednosti financijske imovine ili grupe financijskih sredstava. Značajno ili produljeno smanjenje fer vrijednosti vrijednosnica ispod nabavne vrijednosti, smatra se pokazateljem umanjenja vrijednosti. Ako takvi dokazi postoje za financijsku imovinu raspoloživu za prodaju, kumulativni gubitak – koji predstavlja razliku između troška stjecanja i sadašnje fer vrijednosti, umanjeno za sve gubitke od umanjenja vrijednosti koji su prethodno iskazani u računu dobiti i gubitka – se uklanja iz ostale sveobuhvatne dobiti i iskazuje u računu dobiti i gubitka. Gubici od umanjenja vrijednosti glavnčkih instrumenata priznatih u računu dobiti i gubitka ne ukidaju se u računu dobiti i gubitka. Provjera umanjenja vrijednosti potraživanja opisana je u bilješki 2.11.

**2.9 Najmovi**

Grupa najamljuje određene nekretnine, postrojenja i opremu. Najmovi nekretnina, postrojenja i opreme u kojima Grupa snosi sve rizike i koristi vlasništva klasificiraju se kao financijski najmovi. Financijski najmovi kapitaliziraju se na početku najma prema fer vrijednosti unajmljene nekretnine ili sadašnje vrijednosti minimalne najamnine, ovisno o tome što je niže. Svako plaćanje najma razvrstava se na obveze i financijske rashode kako bi se dobila konstantna stopa na preostalo stanje obveze. Kamatna komponenta financijskog rashoda tereti račun dobiti i gubitka u razdoblju trajanja najma. Nekretnine, postrojenja i oprema kupljeni pod financijskim najmom amortiziraju se po korisnom vijeku upotrebe ili trajanju najma, ovisno o tome što je kraće.

Najmovi u kojima Grupa ne snosi bitan udio rizika i koristi vlasništva klasificiraju se kao operativni najmovi. Plaćanja po osnovi operativnih najмова iskazuju se u računu dobiti i gubitka prema pravocrtnoj metodi u razdoblju trajanja najma.

**2.10 Zalihe**

Zalihe sirovina i rezervnih dijelova iskazuju se po trošku nabave koji je određen metodom ponderiranih prosječnih cijena ili neto ostvarivoj vrijednosti, ovisno o tome koja je niža. Neto ostvariva vrijednost predstavlja procjenu prodajne cijene u redovnom poslovanju umanjenu za varijabilne troškove prodaje.

Trošak proizvodnje u tijeku i gotovih proizvoda obuhvaća sirovine, trošak izravnog rada, ostale izravne troškove i pripadajući dio općih troškova proizvodnje (na osnovu normalnog redovnog kapaciteta proizvodnje), a ne uključuje troškove posudbe.

Trgovačka roba iskazuje se po prodajnoj cijeni umanjenoj za poreze i marže.

Prema potrebi obavlja se ispravak vrijednosti oštećenih zaliha te zaliha kojima je prošao rok upotrebe.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.11 Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja**

Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja početno se priznaju po fer vrijednosti, a naknadno se mjere po amortiziranom trošku uporabom metode efektivne kamatne stope, umanjeno za ispravak vrijednosti. Ispravak vrijednosti potraživanja provodi se kada postoje objektivni dokazi da Grupa neće moći naplatiti sva svoja potraživanja u skladu s dogovorenim uvjetima. Značajne financijske poteškoće dužnika, vjerojatnost dužnikovog stečaja te neizvršenje ili propusti u plaćanjima (preko 180 dana kašnjenja) smatraju se pokazateljima umanjena vrijednosti potraživanja. Iznos ispravka vrijednosti utvrđuje se kao razlika između knjigovodstvene vrijednosti i nadoknadivog iznosa potraživanja, a predstavlja sadašnju vrijednost očekivanih novčanih priljeva diskontiranih korištenjem efektivne kamatne stope. Iznosi ispravka vrijednosti potraživanja te naknadni primici prethodno otpisanih iznosa priznaju se u računu dobiti i gubitka u okviru ostalih troškova poslovanja.

Ukoliko se naplata potraživanja očekuje u razdoblju do godine dana (ili duže ukoliko je to uobičajeno u normalnom poslovnom ciklusu), tada se potraživanja klasificiraju kao kratkotrajna imovina. Ukoliko se naplata očekuje u razdoblju nakon godine dana, potraživanja se klasificiraju kao dugotrajna imovina.

**2.12 Novac i novčani ekvivalenti**

Novac i novčani ekvivalenti obuhvaćaju gotovinu, depozite kod banaka po viđenju i ostale kratkotrajne visoko likvidne instrumente s rokovima naplate do tri mjeseca ili kraće (osim mjenica). U bilanci su prekoračenja po bankovnim računima uključena u obveze po primljenim kreditima u sklopu kratkoročnih obveza.

**2.13 Dionički kapital**

Dionički kapital sastoji se od redovnih dionica. Primici koji se iskazuju u glavnici pri izdavanju novih dionica ili opcija iskazuju se umanjeno za pripadajuće troškove transakcije i porez na dobit. Iznos fer vrijednosti primljene naknade iznad nominalne vrijednosti izdanih dionica prikazan je u bilješkama kao kapitalna dobit.

Za slučaj kada bilo koja članica Grupe kupuje dionice Društva (vlastite dionice), plaćena naknada za kupljene dionice, uključujući sve izravno pripadajuće troškove transakcije, umanjuje dionički kapital sve do povlačenja dionica ili njihovog ponovnog izdavanja. Prilikom ponovnog izdavanja vlastitih dionica svi primici, umanjeno za sve izravno pripadajuće troškove transakcije i porez na dobit, uključuju se u glavicu koja pripada dioničarima Društva.

**2.14 Posudbe**

Posudbe se početno priznaju po fer vrijednosti umanjenoj za troškove transakcije. U budućim razdobljima, posudbe se iskazuju po amortiziranom trošku; sve razlike između primitaka (umanjeno za troškove transakcije) i otkupne vrijednosti priznaju se u računu dobiti i gubitka tijekom razdoblja trajanja posudbe, koristeći metodu efektivne kamatne stope.

Naknade koje su plaćene prilikom odobrenja kreditnih linija priznaju se kao transakcijski trošak kredita do iznosa za koji je vjerojatno da će sav ili dio kredita biti korišten. U tom slučaju, trošak naknade se odgađa sve dok se ne realizira korištenje kredita. Do iznosa za koji ne postoji dokaz da je vjerojatno korištenje dijela ili čitavog iznosa kredita, naknada se kapitalizira kao unaprijed plaćena za usluge likvidnosti te se amortizira kroz razdoblje na koji se kreditna linija odnosi.

Posudbe se klasificiraju kao kratkoročne obveze, osim ako Grupa ima bezuvjetno pravo odgoditi podmirenje obveze najmanje 12 mjeseci nakon datuma bilance.



**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.15 Tekući i odgođeni porez**

Trošak poreza na dobit za razdoblje se sastoji od tekućeg i odgođenog poreza. Porez se iskazuje u računu dobiti i gubitka, osim do dijela koji se odnosi na stavke priznate u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti ili izravno u glavnici. U tom slučaju, porez je također priznat u izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti ili izravno u glavnici. Iznos poreza na dobit za tekuću godinu obračunava se na temelju poreznog zakona koji je na snazi ili se djelomično primjenjuje na dan bilance u zemljama u kojima Društvo i njegova ovisna društva posluju i ostvaruju oporezivu dobit. Uprava povremeno procjenjuje pojedine stavke u poreznim prijavama s obzirom na situacije u kojima su primjenjive porezne odredbe podložne tumačenju te razmatra formiranje rezerviranja, gdje je to prikladno, na temelju očekivanog iznosa koji treba platiti Poreznoj upravi.

Iznos odgođenog poreza obračunava se metodom bilančne obveze, na privremene razlike između porezne osnovice imovine i obveza i njihove knjigovodstvene vrijednosti u financijskim izvještajima. Međutim, odgođeni porez se ne priznaje ako proizlazi iz početnog priznavanja imovine ili obveza u transakciji koja nije poslovna kombinacija i koja u vrijeme transakcije ne utječe na računovodstvenu dobit niti na oporezivu dobit odnosno gubitak.

Odgođeni porez se priznaje na privremene razlike koje proizlaze iz ulaganja u ovisna društva, osim u slučaju kada Grupa kontrolira vrijeme povrata privremene razlike i kada je vjerojatno da se privremena razlika neće poništiti u duglednoj budućnosti.

Odgođena porezna imovina i obveze mjere se poreznim stopama za koje se očekuje da će se primjenjivati u razdoblju kada će imovina biti nadoknađena ili obveza podmirena, na temelju poreznih stopa koje su, i poreznih zakona koji su, na snazi ili se djelomično primjenjuju na datum bilance. Odgođena porezna imovina priznaje se do visine buduće oporezive dobiti za koju je vjerojatno da će biti raspoloživa za iskorištenje privremenih razlika.

**2.16 Primanja radnika**

*(a) Obveze za mirovine i ostale obveze nakon umirovljenja*

Tijekom redovnog poslovanja prilikom isplata plaća Grupa u ime svojih radnika koji su članovi obveznih mirovinskih fondova obavlja redovita plaćanja doprinosa sukladno zakonu. Obvezni mirovinski doprinosi fondovima iskazuju se kao dio troška plaća kada se obračunaju. Grupa nema dodatni mirovinski plan te stoga nema nikakvih drugih obveza u svezi s mirovinama radnika. Nadalje, Grupa nema obvezu osigurati bilo koja druga primanja radnika nakon njihova umirovljenja izuzev zakonski utvrđenog ili internim pravilnikom reguliranog jednokratnog plaćanja pri samome trenutku umirovljenja. Obveza iskazana u bilanci predstavlja sadašnju vrijednost obveza za jednokratne otpremnine prilikom redovnog umirovljenja na datum bilance. Obvezu mjeri nezavisni aktuar jednom godišnje. Aktuarski dobici i gubici koji proizlaze iz usklada i promjena temeljenih na iskustvu u aktuarskim pretpostavkama iskazuju se u razdoblju u kojemu nastaju direktno u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Kamata iz aktuarskog izračuna iskazuje se u računu dobiti i gubitka, u sklopu rashoda od kamata.

*(b) Otpremnine*

Obveze za otpremnine se priznaju kad Grupa prekine radni odnos radnika prije redovnog datuma umirovljenja ili odlukom radnika da dragovoljno prihvati prekid radnog odnosa u zamjenu za naknadu. Grupa priznaje obveze za otpremnine kada je dokazivo preuzela obvezu prekinuti radni odnos sa sadašnjim radnicima na osnovu detaljnog formalnog plana, bez mogućnosti da od njega odustane ili kada osigurava otpremnine kao rezultat ponude da potakne dragovoljno raskidanje radnog odnosa. Otpremnine koje dospijevaju u razdoblju duljem od 12 mjeseci nakon datuma bilance, diskontiraju se na njihovu sadašnju vrijednost.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.16 Primanja radnika (nastavak)**

*(c) Dugoročna primanja radnika*

Grupa priznaje obvezu za dugoročna primanja radnika (jubilarne nagrade) ravnomjerno u razdoblju u kojem je nagrada ostvarena, na temelju stvarnog broja godina radnog staža. Obvezu za dugoročna primanja radnika mjeri nezavisni aktuar jednom godišnje, koristeći pretpostavke o broju radnika kojima navedena primanja treba isplatiti, procijenjeni trošak navedenih primanja te diskontnu stopu. Aktuarski dobiti i gubici koji proizlaze iz usklada i promjena temeljenih na iskustvu u aktuarskim pretpostavkama knjiže se odmah u korist ili na teret računa dobiti i gubitka u sklopu troškova radnika. Kamata iz aktuarskog izračuna iskazuje se u računu dobiti i gubitka, u sklopu rashoda od kamata.

*(d) Isplate s temelja dionica*

Ključni članovi menadžmenta Grupe primaju naknadu za rad u obliku isplate s temelja dionica, po kojoj zaposlenici pružaju usluge u zamjenu za glavničke instrumente („transakcije podmirene glavničkim instrumentima“).

Trošak transakcija podmirenih glavničkim instrumentima mjeri se po fer vrijednosti glavničkih instrumenata na datum dodjele. Taj trošak se priznaje, zajedno s odgovarajućim povećanjem glavnice, tijekom razdoblja u kojem su uvjeti ispunjeni i usluge pružene, završno s danom kada će zaposlenici ostvariti puno pravo na nagradu („dan ostvarivanja prava“). Ukupni rashod koji se priznaje za transakcije podmirene glavničkim instrumentima na svaki datum izvještavanja do dana ostvarivanja prava odražava mjeru u kojoj je isteklo razdoblje ostvarivanja prava i najbolju procjenu Grupe o broju glavničkih instrumenata koji će se u konačnici ostvariti. Rashod ili prihod u računu dobiti i gubitka predstavlja promjenu ukupnog rashoda koja se priznaje na početku i kraju tog razdoblja.

*(e) Kratkoročna primanja radnika*

Grupa priznaje rezerviranje za bonuse i akumulirane neiskorištene dane godišnjeg odmora kada postoji ugovorna obveza ili praksa iz prošlosti na temelju koje je nastala izvedena obveza.

**2.17 Rezerviranja**

Rezerviranja za troškove otpremnina i dugoročna primanja radnika, troškove restrukturiranja, troškove garancija u jamstvenom roku i sudske sporove priznaju se ako Grupa ima sadašnju zakonsku ili izvedenu obvezu kao posljedicu prošlog događaja, ako je vjerojatno da će biti potreban odljev resursa radi podmirivanja obveze te ako se iznos obveze može pouzdano procijeniti.

Kada postoji veći broj sličnih obveza, vjerojatnost da će za njihovo podmirenje biti potreban odljev resursa određuje se njihovim razmatranjem kao cjeline. Rezerviranje se priznaje i kada je mala vjerojatnost odljeva resursa za bilo koju stavku obveza koja se nalazi u istoj kategoriji.

Rezerviranja se mjere po sadašnjoj vrijednosti troškova za koje se očekuje da će biti potrebni za podmirenje obveze, korištenjem diskontne stope prije poreza, koja odražava tekuće tržišne procjene vremenske vrijednosti novca kao i rizike koji su specifični za navedenu obvezu. Učinak povećanja rezerviranja, kao odraz protoka vremena iskazuje se u okviru rashoda od kamata.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.18 Priznavanje prihoda**

Prihodi se sastoje od fer vrijednosti primljene naknade ili potraživanja za prodane proizvode, robu ili usluge u redovnom poslovanju Grupe. Prihodi su iskazani u iznosima koji su umanjeni za porez na dodanu vrijednost, rabate i diskonte, troškove ulistavanja proizvoda i marketinških aktivnosti koji su sastavni dio ugovora s kupcima. Sve ostale marketinške aktivnosti vezane za marketinške kampanje koje nisu sastavni dio ugovora s kupcima iskazane su u sklopu Troškova marketinga i unapređenja prodaje.

Grupa priznaje prihode kada se iznos prihoda može pouzdano mjeriti, kada je vjerojatno da će Grupa ostvariti buduće ekonomske koristi i kada su zadovoljeni specifični kriteriji za sve djelatnosti Grupe koje su opisane u nastavku.

*(a) Prihodi od veleprodaje proizvoda i trgovačke robe*

Grupa proizvodi i prodaje svoje proizvode i tuđu robu u veleprodaji. Prihodi od veleprodaje priznaju se kada Grupa obavi isporuke robe veletrgovcu, kada veletrgovac ima slobodu određivanja prodajne cijene i kada ne postoji nijedna nepodmirena obveza koja bi mogla utjecati na prihvaćanje proizvoda od strane veletrgovca. Isporuka je izvršena kad se proizvodi otpreme na određenu lokaciju, rizici gubitka prenesu na veletrgovca i kad je utvrđeno jedno od navedenoga: veletrgovac prihvaća proizvode u skladu s ugovorom, ili je rok za prihvaćanje proizvoda protekao ili Grupa ima objektivne dokaze o tome da su svi kriteriji prihvaćanja zadovoljeni.

Proizvodi se prodaju uz količinski popust i kupci imaju pravo na povrat neispravne robe. Prihodi od prodaje iskazuju se na temelju cijene iz ugovora o prodaji, umanjeni za procijenjene količinske popuste i povrate u trenutku prodaje. Procjene popusta i povrata i njihovo priznavanje provode se na temelju stečenog iskustva. Količinski popusti procjenjuju se temeljem očekivane prodaje na godišnjoj razini. Prodaja ne sadržava elemente financiranja, jer je rok naplate potraživanja do 90 dana, što je u skladu s tržišnom praksom.

*(b) Prihodi od prodaje robe - maloprodaja*

Grupa posluje preko lanca ljekarni i specijaliziranih prodavaonica.

Prihod od prodaje robe priznaje se u trenutku kada se proizvod proda kupcu. U maloprodaji se roba obično plaća u novcu ili kreditnom karticom. Grupa provodi program za lojalne kupce sukladno kojem se kupcima pruža mogućnost skupljanja nagradnih bodova prilikom kupnje proizvoda. Nakon što skupe određeni broj nagradnih bodova, kupci iste mogu iskoristiti za popuste prilikom sljedeće kupnje, podložno minimalnom broju skupljenih bodova. Primljena naknada alocira se na prodane proizvode i izdane bodove. Dio fer vrijednosti primljene naknade raspoređuje se na nagradne bodove i razgraničava se, a zatim priznaje kao prihod kroz razdoblje u kojem su nagradni bodovi iskorišteni.

*(c) Prihodi od usluga*

Prihodi od usluga priznaju se u razdoblju u kojem su usluge obavljene, prema stupnju dovršenosti, na osnovu udjela stvarno obavljenih usluga u odnosu na ukupne usluge koje se trebaju obaviti.

*(d) Prihod od kamata*

Prihodi od kamata nastali po osnovu sredstava oročenih kod banaka, danih kredita i kamate od kupaca priznaju se na vremenski proporcionalnoj osnovi koristeći metodu efektivne kamatne stope.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.19 Raspodjela dividendi**

Raspodjela dividendi dioničarima Društva priznaje se kao obveza u financijskim izvještajima Grupe u razdoblju u kojem su dividende odobrene od strane Glavne skupštine dioničara Društva.

**2.20 Porez na dodanu vrijednosti**

Porezne uprave zahtijevaju podmirenje PDV-a na neto osnovi. PDV koji proizlazi iz transakcija prodaje i kupnje priznaje se i iskazuje u bilanci na neto osnovi. U slučaju umanjenja potraživanja za ispravak vrijednosti, gubitak od umanjenja iskazuje se u bruto iznosu potraživanja, uključujući PDV.

**2.21 Dugotrajna imovina namijenjena prodaji**

Dugotrajna imovina se klasificira kao namijenjena prodaji kada se njezina knjigovodstvena vrijednost može nadoknaditi prvenstveno prodajom i kada se prodaja smatra vrlo vjerojatnom. Iskazuje se po knjigovodstvenoj vrijednosti ili fer vrijednosti umanjenoj za troškove prodaje, ovisno o tome koja je niža, dok se trošak amortizacije ne priznaje u račun dobiti i gubitka.

**2.22 Derivativni financijski instrumenti i aktivnosti zaštite**

Derivati se inicijalno priznaju po fer vrijednosti na dan zaključivanja ugovora o derivatima, a nakon toga se mjere po fer vrijednosti. Metoda priznavanja dobiti ili gubitka koja rezultira iz vrednovanja ovisi o tome da li je derivat označen kao instrument zaštite od rizika i, ukoliko jest, o prirodi stavke koja je zaštićena.

Grupa koristi derivate kao zaštitu od posebnog rizika koji se odnosi na priznato sredstvo ili obvezu, odnosno na vrlo vjerojatne predviđene transakcije (zaštita rizika novčanog toka).

Na početku transakcije, Grupa dokumentira odnos između instrumenata zaštite i zaštićenih stavki, kao i ciljeve upravljanja rizikom i strategiju poduzimanja različitih transakcija zaštite. Grupa također dokumentira, kako na početku tako i tijekom trajanja zaštite od rizika i svoju procjenu da li su derivati koji se koriste u transakcijama zaštite izrazito efektivni kod kompenziranja promjena u novčanim tokovima zaštićenih stavki.

Fer vrijednosti derivata korištenih za zaštitu rizika novčanog toka objavljena je u bilješci 15. Promjene u pričuvama za zaštitu od rizika prikazane su u bilješci 22.

Efektivan dio promjena u fer vrijednosti derivata koji su označeni kao, i ispunjavaju uvjet da budu zaštićena od rizika novčanog toka priznaju se u ostaloj sveobuhvatnoj dobiti. Dobit ili gubitak koji se odnosi na neefektivan dio promjena odmah se priznaje u računu dobiti i gubitka, u sklopu pozicije 'Ostali dobiti/(gubici) – neto'.

Iznosi akumulirani u kapitalu se reklasificiraju iz ostale sveobuhvatne dobiti u račun dobiti i gubitka u razdobljima kada zaštićena stavka utječe na dobit ili gubitak. Dobit odnosno gubitak koji se odnosi na efektivni dio swap-a kamatnih stopa kojima se vrši zaštita varijabilne kamatne stope na obveze po primljenim kreditima priznaje se u računu dobiti i gubitka u okviru pozicije 'Rashodi od financiranja - neto'. Dobitak odnosno gubitak koji se odnosi na neefektivni dio priznaje se u računu dobiti i gubitka u sklopu pozicije 'Ostali dobiti/(gubici) – neto'.

Kada instrument zaštite istekne ili bude prodan, ili kada zaštita više ne zadovoljava kriterije računovodstva zaštite, svaka kumulativna dobit ili gubitak koji u tom trenutku postoji u kapitalu ostaje u kapitalu i reklasificira se iz ostale sveobuhvatne dobiti u račun dobiti i gubitka u trenutku kada je predviđena buduća transakcija priznata u računu dobiti i gubitka. Kada se više ne očekuje da će doći do prognozirane transakcije, kumulativna dobit ili gubitak koji je prikazan u kapitalu odmah se prenosi u račun dobiti i gubitka u sklopu pozicije 'Ostali dobiti/(gubici) – neto'.

**BILJEŠKA 2 – SAŽETAK ZNAČAJNIH RAČUNOVODSTVENIH POLITIKA (nastavak)**

**2.23 Obveze prema dobavljačima**

Obveze prema dobavljačima su obveze plaćanja dobavljaču za preuzetu robu ili primljene usluge tijekom redovnog poslovanja. Obveze prema dobavljačima se klasificiraju kao tekuće ukoliko dospijevaju na plaćanje u roku do jedne godine, odnosno u okviru redovnog ciklusa poslovanja ukoliko je duži. U suprotnom, obveze se klasificiraju kao dugoročne. Obveze prema dobavljačima se inicijalno priznaju po fer vrijednosti, a naknadno se mjere prema amortiziranom trošku koristeći metodu efektivne kamatne stope.

**2.24 Ulaganja u nekretnine**

Ulaganja u nekretnine iskazana su u bilanci po povijesnom trošku umanjenom za akumuliranu amortizaciju i umanjenje vrijednosti. Ulaganja u nekretnine se ukidaju bilo u slučaju prodaje bilo u slučaju povlačenja iz uporabe, kada se nikakve buduće ekonomske koristi više ne očekuju od prodaje ove imovine. Transferi sa i na ulaganja u nekretnine rade se samo onda kada se mijenja namjena imovine. Knjigovodstvena vrijednost ulaganja u nekretnine približno odgovara fer vrijednosti iste. Ulaganja u nekretnine drže se s namjenom dugoročnog iznajmljivanja te se ne koriste od strane Grupe. Trošak amortizacije koja se odnosi na ulaganje u nekretnine iznosi 41 tisuću kuna u 2017. godini (2016.: 43 tisuće kuna).

**2.25 Dobit iz poslovanja**

Dobit iz poslovanja uključuje razliku između poslovnih prihoda (prihoda od prodaje proizvoda, trgovačke robe i usluga, prihoda od kamata i ostalih prihoda) i poslovnih rashoda koji uključuju sve troškove osim financijskih rashoda i poreza.

**2.26 Usporedni podaci**

Kako bi se osigurala usporedivost podataka, poslovni rezultati segmenata za 2016. godinu prepravljani su u skladu s logikom izvještavanja u 2017. godini.

## BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM

## 3.1 Čimbenici financijskog rizika

Poslovne aktivnosti Grupe izlažu je različitim vrstama financijskih rizika koje uključuju: tržišni rizik (uključujući valutni rizik, rizik fer vrijednosti kamatne stope, kamatni rizik novčanog toka te cjenovni rizik), kreditni rizik i rizik likvidnosti. Program upravljanja rizicima Grupe fokusira se na nepredvidljivosti financijskog tržišta te je usmjeren na minimiziranje potencijalnog negativnog odražavanja istog na poslovanje Grupe. Grupa koristi derivativne financijske instrumente kao instrumente zaštite od određenih financijskih rizika.

## (a) Tržišni rizik

## (i) Valutni rizik

Grupa djeluje na međunarodnoj razini i izložena je valutnom riziku koji proizlazi iz raznih promjena tečajeva stranih valuta vezanih uglavnom uz EUR, srpski dinar (RSD), rusku rublju (RUB) i u manjoj mjeri britansku funtu (GBP) i američki dolar (USD). Aprecijacija srpskog dinara u odnosu na euro u 2017. godini rezultirala je dobitkom od tečajnih razlika iz financijskih aktivnosti u iznosu od 15.213 tisuća kuna (2016.: negativan utjecaj od 7.284 tisuća kuna) dok je aprecijacija ruske rublje imala izravan pozitivan utjecaj na rezultat Grupe u 2017. godini u iznosu od 4.015 tisuća kuna (2016.: 18.154 tisuća kuna).

Promjene tečajeva između gore navedenih valuta i hrvatske kune (HRK) mogu imati utjecaj na rezultate budućih operacija i budućeg novčanog tijeka Grupe. Iznosi u tablici u nastavku predstavljaju iznose u kunama denominirane u ovim valutama na datum bilance za glavne bilančne monetarne stavke.

**31. prosinca 2017.**

(u tisućama kuna)

	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	371.212	318.722	3.205	27.097
Novac i novčani ekvivalenti	223.819	99.249	776	3.273
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(385.359)	(110.166)	(45.521)	(9.329)
Obveze po primljenim kreditima	(1.239.417)	(1.198)	(8.609)	-
<b>Neto izloženost bilance</b>	<b>(1.029.745)</b>	<b>306.607</b>	<b>(50.149)</b>	<b>21.041</b>

**31. prosinca 2016.**

(u tisućama kuna)

	EUR	RSD	USD	RUB
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	420.754	344.634	23	32.964
Novac i novčani ekvivalenti	233.917	85.909	11.431	3.372
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(391.923)	(127.084)	(60.749)	(16.473)
Obveze po primljenim kreditima	(1.518.783)	(105)	(9.464)	-
<b>Neto izloženost bilance</b>	<b>(1.256.035)</b>	<b>303.354</b>	<b>(58.759)</b>	<b>19.863</b>

Budući da Grupa također ima ovisna društva izvan Hrvatske, vrijednost dioničke glavnice izložena je promjeni tečaja. Promjene dioničke glavnice uzrokovane promjenom tečaja iskazane su kao tečajne razlike u konsolidiranom izvještaju o sveobuhvatnoj dobiti.

U slučaju jačanja EUR-a za 1% u odnosu na kunu i srpski dinar, pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni, dobit nakon poreza bila bi 5.186 tisuća kuna manja (2016.: 7.261 tisuću kuna manja), uglavnom zbog obveza po primljenim kreditima denominiranim u eurima, a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 13.520 tisuća kuna veća (2016.: 14.614 tisuća kuna veća), kao rezultat tečajnih razlika proizašlih iz konsolidacije ovisnih društava čija je funkcionalna valuta EUR.

Ukoliko bi srpski dinar ojačao za 1% u odnosu na kunu, dobit nakon poreza bila bi 223 tisuće kuna manja (2016.: 357 tisuća kuna manja), a ostala sveobuhvatna dobit bi bila 6.760 tisuća kuna veća (2016.: 5.412 tisuća kuna veća), pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni.

**BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)**

**3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)**

*(ii) Rizik ulaganja u vrijednosne papire*

Grupa je izložena riziku ulaganja u vrijednosne papire kroz rizike fer vrijednosti i cjenovni rizik jer su ulaganja Grupe klasificirana u konsolidiranoj bilanci kao raspoloživa za prodaju. Ulaganja u vrijednosne papire klasificirana kao raspoloživa za prodaju ne kotiraju na burzi. Kako bi upravljala rizicima koji proizlaze iz njihove fer vrijednosti i promjene cijena, Grupa prati tržišne transakcije i rezultate subjekta ulaganja.

Ne postoje pouzdane vanjske informacije u pogledu fer vrijednosti. Temeljem internih informacija, Uprava smatra da je fer vrijednost jednaka ili viša od knjigovodstvene vrijednosti. Međutim, zbog ograničenosti dostupnih informacija, Uprava nije izvršila analizu osjetljivosti. Na dan 31. prosinca 2017. godine, ukoliko bi se fer vrijednost ulaganja raspoloživih za prodaju promijenila, pod pretpostavkom da su svi ostali pokazatelji ostali nepromijenjeni, ostala sveobuhvatna dobit i revalorizacijske rezerve promijenili bi se za isti iznos.

*(iii) Kamatni rizik novčanog toka i rizik fer vrijednosti kamatne stope*

Budući da Grupa nema značajnu imovinu koja ostvaruje prihod od kamata, prihodi Grupe i novčani tok iz poslovnih aktivnosti nisu u značajnoj mjeri ovisni o promjenama tržišnih kamatnih stopa.

Kamatni rizik Grupe proizlazi iz dugoročnih kredita i izdanih obveznica. Krediti odobreni po promjenjivim stopama izlažu Grupu riziku novčanog toka, što je djelomično pokriveno novčanim sredstvima uloženim po promjenjivim stopama. Krediti odobreni po fiksnim stopama izlažu Grupu riziku fer vrijednosti kamatne stope bez obzira što se primljeni krediti ne iskazuju po fer vrijednosti.

Grupa kontinuirano prati promjene kamatnih stopa. Simuliraju se različite situacije uzimajući u obzir refinanciranje, obnavljanje sadašnjeg stanja kao i alternativno financiranje. Na osnovu ovih situacija, Grupa izračunava utjecaj promjene kamatne stope na račun dobiti i gubitka. U odnosu na iskazano stanje na dan 31. prosinca 2017. godine, kada bi se efektivna kamatna stopa na primljene kredite povećala/smanjila za 100 baznih bodova na godišnjoj razini (2016.: 100 baznih bodova), dobit nakon poreza bila bi za 11.021 tisuću kuna manja/veća (2016.: 10.872 tisuća kuna), uglavnom kao rezultat većeg/manjeg troška od kamata.

**BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINANCIJSKIM RIZIKOM (nastavak)**

**3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)**

*(b) Kreditni rizik*

Imovina Grupe koja nosi kreditni rizik sastoji se uglavnom od novčanih sredstava, depozita, potraživanja od kupaca i ostalih potraživanja. Prodajne politike Grupe osiguravaju da se prodaja obavlja kupcima koji imaju odgovarajuću kreditnu povijest, i to u okvirima unaprijed određenih kreditnih ograničenja. Kreditni rizik Grupe je manji zbog raspodjele potraživanja na veće grupe kupaca. Dodatno, ključni kupci Grupe su veliki trgovački lanci, i ovisnost o ovim kupcima je smanjena razvijanjem drugih kanala distribucije. Grupa smanjuje kreditni rizik provođenjem strogih mjera kontrole naplate i isporuke robe kao i pribavljanjem instrumenata osiguranja dužnika (zadužnice i mjenice). U izvještajnom razdoblju nije bilo prekoračenja kreditnih limita i Uprava ne očekuje gubitke od neizvršavanja obveza drugih strana. Detaljna analiza i maksimalna izloženost kreditnom riziku iskazana je u bilješkama 15, 16 i 18.

*(c) Rizik likvidnosti*

Razborito upravljanje rizikom likvidnosti podrazumijeva održavanje dostatne količine novca, osiguravanje raspoloživosti financijskih sredstava adekvatnim iznosom ugovorenih kreditnih linija i sposobnost podmirenja svih obveza. Cilj Grupe je održavanje fleksibilnosti financiranja na način da ugovorene kreditne linije budu dostupne.

Projekcija novčanog toka radi se na nivou operativnih društava te se agregira na razini Grupe. Grupa kontinuirano prati likvidnost kako bi osigurala dovoljno novčanih sredstava za potrebe poslovanja uz održavanje dovoljno prostora za korištenje neiskorištenih kreditnih linija kada je to potrebno. Ovakvo projiciranje uzima u obzir planove Grupe u pogledu podmirivanja dugova, usklađivanje s ugovorom zadanim odnosima te interno zadanim odnosima u bilanci.

Višak gotovine iznad nivoa potrebnog za upravljanje radnim kapitalom polaže se na kamatonosne tekuće račune, oročene depozite ili u novčane fondove, uz odabir instrumenata s odgovarajućim rokom dospjeća ili onih koji osiguravaju dovoljnu likvidnost.

Na dan 31. prosinca 2017. godine Grupa je imala 497.079 tisuća kuna novca i novčanih ekvivalenata (2016.: 490.730 tisuća kuna) te 252 tisuće kuna oročenih kratkoročnih depozita (2016.: 227 tisuća kuna) za koje se očekuje da će brzo generirati priljev gotovine za potrebe upravljanja rizikom likvidnosti.

Obveze prema dobavljačima i ostale obveze, kao i obveze po kratkoročnim kreditima dospijevaju do 12 mjeseci poslije datuma bilance, dok je dospjeće dugoročnih kredita prikazano u bilješci 24.



## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

## 3.1 Čimbenici financijskog rizika (nastavak)

Tablica u nastavku analizira financijske obveze Grupe sukladno ugovorenim dospijećima. Navedeni iznosi predstavljaju ugovorene nediskontirane novčane tokove.

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Manje od 1 godine</b>	<b>Između 1- 5 godina</b>	<b>Ukupno</b>
<b>31. prosinca 2017.</b>			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	856.361	-	856.361
Obveze po kreditima (bez obveza po osnovu financijskog najma)	656.016	1.199.898	1.855.914

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Manje od 1 godine</b>	<b>Između 1- 5 godina</b>	<b>Ukupno</b>
<b>31. prosinca 2016.</b>			
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	1.002.893	-	1.002.893
Obveze po kreditima (bez obveza po osnovu financijskog najma)	608.462	1.527.780	2.136.242

## 3.2 Promjene u obvezama proizašle iz financijskih aktivnosti

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>1. siječnja 2017</b>	<b>Novčani tok</b>	<b>Tečajne razlike</b>	<b>Kratkoročni dio</b>	<b>Amortizacija naknade</b>	<b>Ostalo</b>	<b>31. prosinca 2017</b>
Kredit - kratkoročni	588.539	(74.322)	(342)	32.185	-	-	546.060
Kredit - dugoročni	1.422.605	(242.999)	(11.034)	(32.185)	3.052	(4.248)	1.135.191
<b>Ukupne obveze</b>	<b>2.011.144</b>	<b>(317.321)</b>	<b>(11.376)</b>	<b>-</b>	<b>3.052</b>	<b>(4.248)</b>	<b>1.681.251</b>

Stupac ostalo uključuje rashode od kamata povezane s učinkom povećanja rezerviranja kao odraz protoka vremena. Plaćene kamate su iskazane unutar novčanog toka iz poslovnih aktivnosti.

## 3.3 Upravljanje kapitalom

Ciljevi Grupe prilikom upravljanja kapitalom su očuvanje sposobnosti Grupe da nastavi poslovanje pod pretpostavkom vremenske neograničenosti kako bi omogućila povrat ulaganja dioničarima i koristi ostalim zainteresiranim stranama te da održi optimalnu strukturu kapitala kako bi umanjila trošak kapitala.

Grupa nadzire kapital kroz praćenje pokazatelja zaduženosti. Ovaj pokazatelj računa se kao omjer neto primljenih kredita i ukupnog kapitala. Neto primljeni krediti izračunati su kao ukupni primljeni krediti (dugoročni i kratkoročni krediti iskazani u konsolidiranoj bilanci) uvećani za derivativne financijske instrumente i umanjeni za novac i novčane ekvivalente. Ukupni kapital izračunat je na način da se kapitalu i rezervama iskazanim u konsolidiranoj bilanci dodaju neto primljeni krediti.

## BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINANCIJSKIM RIZIKOM (nastavak)

## 3.3 Upravljanje kapitalom (nastavak)

Pokazatelji zaduženosti su kako slijedi:

	2017.	2016.
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Ukupno primljeni krediti (bilješka 24)	1.681.251	2.011.144
Derivativni financijski instrumenti (bilješka 15)	1.226	(18.139)
Umanjeno za: Novac i novčani ekvivalenti (bilješka 20)	(497.079)	(490.730)
Neto primljeni krediti	1.185.398	1.502.275
Kapital i rezerve	2.249.850	2.016.488
<b>Ukupni kapital i neto primljeni krediti</b>	<b>3.435.248</b>	<b>3.518.763</b>
<b>Pokazatelj zaduženosti</b>	<b>35%</b>	<b>43%</b>

Kako bi održala ili uskladila strukturu kapitala, Grupa može mijenjati iznos dividendi koje se isplaćuju dioničarima, izvršiti povrat kapitala dioničarima, izdati nove dionice ili prodati imovinu kako bi smanjila zaduženost. U usporedbi s prethodnom godinom, pokazatelj zaduženosti je smanjen primarno kao rezultat smanjenja obveza po primljenim kreditima.

## 3.4 Procjena fer vrijednosti

Svi financijski instrumenti koji se u bilanci mjere ili prikazuju po fer vrijednosti, kategoriziraju se u skladu s dolje prikazanom hijerarhijom, na temelju najnižeg inputa koji je značajan za utvrđivanje njihove fer vrijednosti:

- Razina 1 - kotirane cijene (nekorrigirane) na aktivnim tržištima za identičnu imovinu ili obveze.
- Razina 2 - inputi koji ne predstavljaju kotirane cijene uključene u razinu 1, a radi se o vidljivim inputima za imovinu ili obvezu, bilo izravno (tj. kao cijene) ili neizravno (tj. izvedeni iz cijena).
- Razina 3 - inputi za imovinu ili obvezu koji se ne temelje na vidljivim tržišnim podacima (tj. nevidljivi inputi).

Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se trguje na aktivnim tržištima temelji se na kotiranim tržišnim cijenama na dan bilance. Tržište se smatra aktivnim ako su kotirane cijene poznate temeljem burze, aktivnosti brokera, industrijske skupine ili regulatorne agencije, a te cijene predstavljaju stvarne i redovite tržišne transakcije prema uobičajenim trgovačkim uvjetima.

Fer vrijednost financijskih instrumenata kojima se ne trguje na aktivnom tržištu (na primjer, OTC derivativi) utvrđuje se korištenjem tehnika procjene. Te tehnike procjene zahtijevaju maksimalno korištenje vidljivih tržišnih podataka gdje je to moguće, a oslanjaju se što je manje moguće na procjene specifične za pojedini subjekt. Ukoliko su svi značajni inputi potrebni za fer vrednovanje instrumenta vidljivi, instrument se uključuje u razinu 2.

Ako se jedan ili više značajnih inputa ne temelji na vidljivim tržišnim podacima, instrument se uključuje u razinu 3.

**BILJEŠKA 3 – UPRAVLJANJE FINACIJSKIM RIZIKOM (nastavak)**

**3.4 Procjena fer vrijednosti (nastavak)**

Specifične tehnike procjene koje se koriste za vrednovanje financijskih instrumenata uključuju:

- Kotirane tržišne cijene ili kotacije brokera za slične instrumente.
- Fer vrijednost kamatnih swapova izračunava se kao sadašnja vrijednost procijenjenih budućih novčanih tokova na temelju vidljivih krivulja prinosa.
- Fer vrijednost deviznih terminskih ugovora utvrđuje se korištenjem forward tečaja na datum bilance, a vrijednost dobivena kao rezultat diskontira se do sadašnje vrijednosti.
- Ostale tehnike, kao što je analiza diskontiranog novčanog toka, koriste se za utvrđivanje fer vrijednosti preostalih financijskih instrumenata.

Fer vrijednost derivativnih financijskih instrumenata i financijskih instrumenta raspoloživih za prodaju određuje se specifičnim tehnikama vrednovanja, pa su isti uključeni u razinu 2.

**BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE**

Grupa izrađuje procjene i stvara pretpostavke vezane za budućnost. Proizašle računovodstvene procjene su, po definiciji, u rijetkim slučajevima izjednačene sa stvarnim rezultatima. U nastavku se navode procjene i pretpostavke koje bi mogle uzrokovati značajan rizik usklađivanja knjigovodstvenih iznosa imovine i obveza u sljedećoj financijskoj godini.

*(a) Očekivani vijek uporabe brendova*

Očekivani vijek uporabe brendova smatra se neograničenim, osim ako postoje okolnosti koje bi ukazivale na to da bi vijek trebao biti ograničen na određeni period. Grupa razmatra takve pokazatelje na kraju svakog izvještajnog razdoblja. U 2016. godini na temelju analiza podataka industrije i na temelju povijesnog iskustva, Grupa je promijenila računovodstvenu procjenu brenda Grand Kafa iz neograničenog u ograničeni vijek uporabe, a kao posljedica, počevši od 2016. godine brend se amortizira kroz period od 15 godina.

*(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe*

Grupa provodi godišnje provjere goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe zbog umanjenja vrijednosti, sukladno politici iskazanoj u bilješci 2.7. Nematerijalna imovina s neograničenom vijekom upotrebe se testira zbog umanjenja vrijednosti na pojedinačnoj osnovi, dok se goodwill testira unutar operativnog segmenta na koji je alociran.

Goodwill i nematerijalna imovina s neograničenim vijekom uporabe alocirani su na jedinice stvaranja novca unutar poslovnih segmenata kako slijedi:

**(i) Licence**

<b>Poslovni segment (u tisućama kuna)</b>	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
SPP Zdravlje i njega	162.159	161.345
	<b>162.159</b>	<b>161.345</b>

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)

(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)

## (ii) Brendovi

Poslovni segment (u tisućama kuna)	2017.	2016.
SPP Pića	57.463	66.032
SPP Kava	102.253	102.854
SPP Slatko i slano	139.205	137.278
SPP Delikatesni namazi	241.383	242.801
PP Gourmet	803	3.131
PP Dječja hrana	28.454	28.621
	<b>569.561</b>	<b>580.717</b>

## (iii) Goodwill

Poslovni segment (u tisućama kuna)	2017.	2016.
SPP Pića	89.894	90.121
SPP Kava	63.310	61.103
SPP Slatko i slano	217.824	206.304
SPP Delikatesni namazi	126.181	126.908
SPP Zdravlje i njega	196.155	196.155
PP Gourmet	-	7.978
PP Dječja hrana	21.802	21.930
SDP Hrvatska	35.876	34.648
SDP Srbija	51.422	49.662
DP Slovenija	26.309	25.409
DP Makedonija	5.979	5.775
	<b>834.752</b>	<b>825.993</b>

Nadoknadiva vrijednost jedinica stvaranja novca određena je izračunima vrijednosti u uporabi koji su bazirani na projekcijama novčanog toka temeljenim na financijskim projekcijama koje je odobrila Uprava te koji pokrivaju sedmogodišnje razdoblje.

Kalkulacije vrijednosti u upotrebi za goodwill baziraju se na sljedećim pretpostavkama:

Poslovni segment	Diskontna stopa nakon poreza 2017.	Diskontna stopa nakon poreza 2016.
SPP Pića	7,3%	7,2%
SPP Kava	7,9%	8,0%
SPP Slatko i slano	8,6%	9,1%
SPP Delikatesni namazi	8,0%	8,2%
SPP Zdravlje i njega	7,7%	7,3%
PP Dječja hrana	7,6%	8,6%
SDP Hrvatska	6,9%	7,2%
SDP Srbija	8,2%	9,1%
DP Slovenija	5,5%	5,1%
DP Makedonija	8,5%	10,1%

**BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**

**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.**

---

**BILJEŠKA 4 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE (nastavak)**

*(b) Testiranje na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe (nastavak)*

Pretpostavka o stopi rasta temeljena je na povijesnim podacima i očekivanjima Uprave o razvoju tržišta. Terminalna stopa rasta iznosi 2% za sve poslovne segmente i individualne testove umanjenja imovine te se bazira na očekivanjima Uprave o razvoju tržišta (2016: 2%). Diskontne stope nakon poreza u 2017. godini su uglavnom niže u odnosu na 2016. godinu među segmentima temeljem promijenjenih tržišnih uvjeta – kao rezultat kombinacije nižih bezrizičnih kamatnih stopa uslijed smanjenih prinosa na državne obveznice diljem tržišta i smanjenog troška duga prije oporezivanja temeljem nižih kamatnih stopa na kredite nefinancijskom sektoru.

Pretpostavka o stopi rojaliteta koja se koristi za testiranje na umanjenje vrijednosti brendova i licenci temeljena je na istraživanju provedenom od strane neovisnog procjenitelja:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
Barcaffè	5,0%	5,0%
Najlepše želje	6,0%	6,0%
Bananica	5,0%	5,0%
Smoki	7,0%	7,0%
Argeta	8,0%	8,0%
Donat	8,0%	8,0%
Cockta	5,0%	5,0%
Bebi	3,0%	3,0%
Bakina tajna	3,0%	3,0%
Licence	4,5%	4,5%

Testiranjem na umanjenje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na datum bilance, priznato je umanjenje vrijednosti nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe u iznosu od 20.153 tisuće kuna (2016.: 10.397 tisuća kuna).

Analiza osjetljivosti ključnih pretpostavki korištenih prilikom testiranja umanjenja vrijednosti pokazuje da bi povećanje diskontne stope za 100 baznih bodova uzrokovalo u prosjeku 15,4% smanjenja nadoknadive vrijednosti jedinica stvaranja novca (2016.: 15,0%). Bez obzira na smanjenje, neto nadoknativa vrijednost jedinica stvaranja novca bi i dalje bila veća od knjigovodstvene vrijednosti.

*(c) Priznavanje odgođene porezne imovine*

Odgođena porezna imovina predstavlja iznose poreza na dobit koji su nadoknadivi na temelju budućih odbitaka oporezive dobiti te se iskazuje u bilanci. Odgođena porezna imovina priznaje se do visine poreznih prihoda za koje je vjerojatno da će biti ostvareni. Prilikom utvrđivanja buduće oporezive dobiti i iznosa poreznih prihoda za koje je vjerojatno da će biti ostvareni u budućnosti, Uprava donosi prosudbe i izrađuje procjene na temelju oporezive dobiti iz prethodnih godina i očekivanja budućih prihoda za koje se smatra da su razumni u postojećim okolnostima (bilješka 25).

**BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA**

Model poslovanja Grupe organiziran je kroz šest strateških poslovnih područja kojima je pridruženo poslovno područje Dječja hrana i poslovno područje Gourmet.

Distribucijska područja su organizirana u dvije glavne zone:

- Zona Istok koja pokriva tržišta Hrvatske, Srbije, Slovenije, Makedonije, Zajednicu nezavisnih država (ZND) i Baltika, Kosova, Bugarske i Rumunjske te

- Zona Zapad koja pokriva tržišta DACH, Benelux, Mediteran, Afriku, Sjeverozapadnu Europu te Središnju Europu i prekomorske zemlje.

U skladu s ovakvim organizacijskim modelom uspostavljeni su sljedeći segmenti:

- SPP Pića,
- SPP Kava,
- SPP Slatko i slano,
- SPP Delikatesni namazi,
- SPP Sportska i aktivna prehrana,
- SPP Zdravlje i njega,
- PP Gourmet,
- PP Dječja hrana,
- SDP Hrvatska,
- SDP Srbija,
- DP Slovenija,
- DP Makedonija,
- SDR HoReCa,
- SDR ZND & Baltic,
- SDR Zona Zapad.

SPP – Strateško poslovno područje  
PP – Poslovno područje  
SDP – Strateško distribucijsko područje  
DP – Distribucijsko područje  
SDR – Strateška distribucijska regija  
DR – Distribucijska regija  
DACH – Njemačka, Austrija i Švicarska

Strateško poslovno vijeće je odgovorno za strateške i operativne probleme. 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.

Zbog činjenice da SDR HoReCa, SDR ZND i Baltik, PP Dječja hrana, PP Gourmet i DP Makedonija 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 EBITDA (dobit prije kamata, poreza, amortizacije i umanjenja vrijednosti) te dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani na operativne segmente.

Prodaja individualnih SPP-ova predstavlja ukupnu prodaju trećim stranama na tržištima (bilo direktno iz SPP-a, bilo kroz SDP-ove i DP-ove). SDP i DP Prodaja obuhvaća prodaju vlastitih proizvoda koja se također izvještava kao SPP prodaja. 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.

## BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Prihodi od prodaje (u tisućama kuna)	2017.	2016.
SPP Kava	1.098.389	1.064.733
SPP Slatko i slano	678.417	651.268
SPP Pića	676.999	630.816
SPP Zdravlje i njega	583.581	545.228
SPP Delikatesni namazi	580.959	543.031
SPP Sportska i aktivna prehrana	384.636	449.347
SDP Srbija	1.134.623	1.101.050
SDR Hrvatska	1.035.905	968.768
DP Slovenija	767.845	754.403
SDR Zona Zapad	419.405	503.137
Ostali segmenti	862.786	762.976
Usklada	(2.916.728)	(2.868.491)
<b>Ukupno</b>	<b>5.306.817</b>	<b>5.106.266</b>

Poslovni rezultati (u tisućama kuna)	Za godinu završenu 31. prosinca 2017.		
	Dobit iz poslovanja prije amortizacije i umanjenja vrijednosti	Amortizacija i umanjenje vrijednosti	Dobit iz poslovanja
SPP Kava	209.475	26.474	183.001
SPP Slatko i slano	120.993	13.398	107.595
SPP Pića	158.246	42.809	115.437
SPP Zdravlje i njega	55.235	10.711	44.524
SPP Delikatesni namazi	128.700	16.410	112.290
SPP Sportska i aktivna prehrana	(7.457)	8.082	(15.539)
SDP Srbija	28.107	1.911	26.196
SDR Hrvatska	25.644	8.723	16.921
DP Slovenija	45.902	3.864	42.038
SDR Zona Zapad	(40.760)	769	(41.529)
Ostali segmenti	(141.859)	42.607	(184.466)
<b>Ukupno</b>	<b>582.226</b>	<b>175.758</b>	<b>406.468</b>

## BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Poslovni rezultati <i>(u tisućama kuna)</i>	Za godinu završenu 31. prosinca 2016.		
	Dobit iz poslovanja prije amortizacije i umanjenja vrijednosti	Amortizacija i umanjenje vrijednosti	Dobit iz poslovanja
SPP Kava	227.840	24.025	203.815
SPP Slatko i slano	116.408	13.060	103.348
SPP Pića	162.102	42.102	120.000
SPP Zdravlje i njega	47.329	9.933	37.396
SPP Delikatesni namazi	119.110	15.110	104.000
SPP Sportska i aktivna prehrana	(20.369)	9.629	(29.998)
SDP Srbija	20.144	2.304	17.840
SDR Hrvatska	12.859	8.484	4.375
DP Slovenija	43.270	4.028	39.242
SDR Zona Zapad	(51.958)	919	(52.877)
Ostali segmenti	(202.367)	36.986	(239.353)
<b>Ukupno</b>	<b>474.368</b>	<b>166.580</b>	<b>307.788</b>

## Izveštavanje po zemljopisnim segmentima

Ukupna dugotrajna imovina, isključujući financijske instrumente, odgođenu poreznu imovinu te potraživanja od kupaca i ostala potraživanja alocirana je kako slijedi:

	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Slovenija	952.048	983.958
Srbija	944.573	931.450
Hrvatska	701.475	751.237
Ostala tržišta	153.195	172.890
<b>Ukupno dugotrajna imovina po zemljopisnim segmentima</b>	<b>2.751.291</b>	<b>2.839.535</b>



## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 5 – INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Prihodi od prodaje po tržištima	2017.		2016.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
Hrvatska	1.581.643	29,8	1.470.978	28,8
Srbija	1.225.065	23,1	1.183.684	23,2
Slovenija	883.641	16,7	857.671	16,8
Bosna i Hercegovina	416.448	7,8	396.600	7,8
Ostala tržišta regije	345.497	6,5	343.424	6,7
Ključna Europska tržišta	503.975	9,5	513.986	10,0
Rusija i ZND zemlje	229.649	4,3	186.498	3,7
Ostala tržišta	120.899	2,3	153.425	3,0
<b>Ukupan prihod od prodaje po tržištima</b>	<b>5.306.817</b>	<b>100,0</b>	<b>5.106.266</b>	<b>100,0</b>

\*Ostala tržišta regije: Makedonija, Crna Gora, Kosovo

\*\*Ključna Europska tržišta: Njemačka, Ujedinjeno Kraljevstvo, Italija, Švicarska, Austrija, Švedska, Španjolska

Prihod zemljopisnog segmenta ovisi o zemljopisnom položaju kupaca.

Analiza prihoda po kategorijama	2017.		2016.	
	(u tisućama kuna)	%	(u tisućama kuna)	%
<b>Prihodi od prodaje po vrstama proizvoda</b>				
Vlastiti brendovi	3.563.832	66,3	3.460.489	66,9
Principalski brendovi	1.145.040	21,3	1.091.007	21,1
Farmacia	389.129	7,3	363.937	7,0
Ugovorena proizvodnja	208.816	3,9	190.833	3,7
<b>Ukupno prihodi od prodaje po vrstama proizvoda</b>	<b>5.306.817</b>	<b>98,8</b>	<b>5.106.266</b>	<b>98,7</b>
Ostali prihodi /i/	65.257	1,2	68.273	1,3
<b>Ukupno prihodi</b>	<b>5.372.074</b>	<b>100,0</b>	<b>5.174.539</b>	<b>100,0</b>

/i/ Ostali prihodi se uglavnom sastoje od prihoda od kamata, prihoda od najma te prihoda od ukidanja neiskorištenih rezervacija.

## BILJEŠKA 6 – TROŠKOVI RADNIKA

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Bruto plaće /i/	722.641	707.401
Naknade za prijevoz	17.286	17.002
Otpremnine	5.268	2.614
Pravo na dodjelu dionica (bilješka 21)	4.125	4.995
Ostale naknade zaposlenima /ii/	79.213	68.851
	<u><b>828.533</b></u>	<u><b>800.863</b></u>

U 2017. godini u Grupi je bilo zaposleno prosječno 5.528 radnika (2016.: 5.439).

/i/ Doprinosi za mirovine koje je Grupa obračunala za uplatu obveznim mirovinskim fondovima za 2017. godinu iznose 118.205 tisuća kuna (2016.: 115.124 tisuća kuna).

/ii/ Ostale naknade zaposlenima uključuju bonuse, troškove stručnog usavršavanja, naknade za neiskorištene dane godišnjeg odmora i jubilarne nagrade.

## BILJEŠKA 7 – TROŠKOVI MARKETINGA I UNAPREĐENJA PRODAJE

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje – vanjski	295.137	301.563
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje – povezane stranke (bilješka 30)	16.785	13.020
Sponzorstva i donacije	55.764	40.756
	<u><b>367.686</b></u>	<u><b>355.339</b></u>

## BILJEŠKA 8 – OSTALI TROŠKOVI POSLOVANJA

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Prijevozni troškovi	140.586	139.069
Troškovi održavanja	104.263	105.327
Zakupnine (bilješka 27)	111.690	111.634
Neproizvodni materijal	28.114	28.600
Vrijednosno usklađenje zaliha (bilješka 19)	25.831	27.851
Intelektualne usluge	28.153	24.172
Troškovi službenog puta i dnevnice	18.355	21.905
Troškovi reprezentacije	20.449	21.832
Gorivo	17.996	17.450
Porezi i doprinosi koji ne ovise o poslovnom rezultatu	18.251	16.639
Neproizvodne usluge	15.096	15.490
Telekomunikacijske usluge	13.154	13.080
Bankarski troškovi	8.660	8.840
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca (bilješka 18)	24.186	21.290
Ispravak vrijednosti ostalih potraživanja (bilješka 18)	6.832	588
Proizvodne usluge	5.562	6.030
Naknade Nadzornom odboru	1.270	1.371
Autorske naknade	132	283
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 18)	(9.673)	(3.845)
Ostalo – povezane stranke (bilješka 30)	2.220	2.393
Ostalo	49.569	50.775
	<u>630.696</u>	<u>630.774</u>

## BILJEŠKA 9 – OSTALI DOBICI – NETO

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Dobici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	1.712	764
Dobici od prodaje financijske imovine raspoložive za prodaju	434	-
Dobitak od prodaje ovisnih društava neto od transakcijskih troškova	64.868	-
(Gubici)/ dobiti od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	(1.085)	12.124
Dobici od tečajnih razlika – neto	2.255	4.306
Ostali (gubici)/ dobiti – neto	(3.325)	941
	<u>64.859</u>	<u>18.135</u>

## BILJEŠKA 10 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Financijski prihodi</b>		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima	28.559	41.378
	<u>28.559</u>	<u>41.378</u>
<b>Financijski rashodi</b>		
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima	(5.001)	(21.760)
Rashodi od kamata po kreditima od banaka	(46.424)	(68.095)
Rashodi od kamata po obveznicama	(6.386)	(9.241)
Rashodi od kamata po rezerviranjima za naknade zaposlenima	(1.017)	(971)
Rashod od kamata po kreditima – povezane stranke (bilješka 30)	(14.629)	(44.954)
Ostali rashodi od kamata	(4.661)	-
	<u>(78.118)</u>	<u>(145.021)</u>
<b>Financijski rashodi – neto</b>	<b><u>(49.559)</u></b>	<b><u>(103.643)</u></b>

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 11 – POREZ NA DOBIT

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Tekući porez na dobit	71.931	51.962
Odgođeni porez (bilješka 25)	8.754	(11.052)
	<u>80.685</u>	<u>40.910</u>

Porez obračunat na dobit Grupe prije oporezivanja razlikuje se od izvedenog iznosa koji proizlazi primjenom prosječno ponderirane porezne stope primijenjene na dobit konsolidiranih društava kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dobit prije poreza</b>	<b>356.909</b>	<b>204.145</b>
Porez na dobit izračunat primjenom zakonske porezne stope na dobit u Republici Hrvatskoj od 18% (2016: 20%)	64.244	40.829
Porezni učinci:		
Niža porezna stopa u ostalim zemljama	(11.937)	(30.223)
Usklađenje za tekući porez na dobit prethodnih godina	619	4
Učinak neoporezivih prihoda	(13.219)	(6.476)
Učinak porezno nepriznatih troškova	26.531	28.130
Učinak priznate porezne olakšice	(4.334)	(10.009)
Korištenje prethodno nepriznatih poreznih gubitaka	(11.200)	(3.010)
Porezni gubici za koje nije priznata odgođena porezna imovina	16.605	15.973
Učinak iskorištenih poreznih gubitaka	13.376	1.990
Učinak promjene porezne stope	-	3.702
<b>Porezni trošak</b>	<u><b>80.685</b></u>	<u><b>40.910</b></u>

Efektivna porezna stopa iznosila je 22.6% (2016.: 20,0%). Povećanje u odnosu na prethodnu godinu u najvećoj mjeri proizlazi zbog različitih razina iskorištenosti poreznih gubitaka.

Porezna uprava je u 2014. godini provela poreznu inspekciju u podružnici Grupe i konačni rezultati ove inspekcije još nisu poznati. U veljači 2015. godine Ministarstvo financija je izdalo porezno rješenje za podružnicu. Trenutačno je u tijeku sudski postupak ispred Upravnog suda koji je donio odluku o obustavi izvršenja pravomoćnog poreznog rješenja dok se postupak pred Upravnim sudom ne okonča. Uprava je mišljenja da ima jak slučaj protiv Porezne uprave po ovom pitanju. Uprava smatra da je događaji iz prethodno opisanog slučaja potencijalna obveza. Najvjerojatnije je da isti neće dovesti do odljeva ekonomskih koristi za Grupu. Međutim, uzimajući u obzir složenost spora, postoje neizvjesnosti povezane uz vrijeme okončanja i iznos. Maksimalna izloženost koju Grupa može očekivati u slučaju nepovoljnog ishoda iznosi 33.995 tisuća kuna.

**BILJEŠKA 12 – ZARADA PO DIONICI**

**Osnovna zarada po dionici**

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

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
Neto dobit dioničarima Društva ( <i>u tisućama kuna</i> )	275.529	162.800
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	3.332.250	3.334.105
Osnovna zarada po dionici ( <i>u kunama</i> )	82,69	48,83

**Razrijeđena zarada po dionici**

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

## BILJEŠKA 13 – NEKRETNINE, POSTROJENJA I OPREMA

<i>(u tisućama kuna)</i>	Zemljište	Građevinski objekti	Postrojenja i oprema	Imovina u pripremi	Ukupno
<b>Stanje 31. prosinca 2015.</b>					
Nabavna vrijednost	96.842	862.741	1.768.925	36.406	2.764.914
Akumulirana amortizacija	-	(393.683)	(1.287.665)	-	(1.681.348)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>96.842</b>	<b>469.058</b>	<b>481.260</b>	<b>36.406</b>	<b>1.083.566</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2016.</b>					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	96.842	469.058	481.260	36.406	1.083.566
Povećanja	-	-	-	99.846	99.846
Prijenos u upotrebu	61	15.771	77.490	(93.322)	-
Prodaja i rashodovanja	(420)	(12)	(3.071)	(135)	(3.638)
Amortizacija	-	(21.939)	(100.270)	-	(122.209)
Umanjenje vrijednosti	-	(8.929)	-	(101)	(9.030)
Prijenos s imovine namijenjene prodaji	13.294	31.819	-	617	45.730
Prijenos s ulaganja u nekretnine	420	13	-	-	433
Tečajne razlike	(784)	(5.429)	(6.556)	130	(12.639)
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>109.413</b>	<b>480.352</b>	<b>448.853</b>	<b>43.441</b>	<b>1.082.059</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2016.</b>					
Nabavna vrijednost	109.413	1.028.532	1.783.929	43.441	2.965.315
Akumulirana amortizacija	-	(548.180)	(1.335.076)	-	(1.883.256)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>109.413</b>	<b>480.352</b>	<b>448.853</b>	<b>43.441</b>	<b>1.082.059</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2017.</b>					
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	109.413	480.352	448.853	43.441	1.082.059
Povećanja	-	-	-	129.119	129.119
Prijenos u upotrebu	-	9.505	87.159	(96.664)	-
Prodaja i rashodovanja	(856)	(4.065)	(1.983)	-	(6.904)
Amortizacija	-	(25.188)	(101.492)	-	(126.680)
Umanjenje vrijednosti	-	-	-	(460)	(460)
Prijenos na imovinu namijenjenu prodaji	-	(612)	-	-	(612)
Transfer na nematerijalnu imovinu	-	-	(938)	(51)	(989)
Efekt prodaje podružnica	(5.569)	(43.380)	(31.934)	(659)	(81.542)
Tečajne razlike	(245)	2.498	3.274	348	5.875
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>102.743</b>	<b>419.110</b>	<b>402.939</b>	<b>75.074</b>	<b>999.866</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2017.</b>					
Nabavna vrijednost	102.743	949.638	1.739.704	75.074	2.867.159
Akumulirana amortizacija	-	(530.528)	(1.336.765)	-	(1.867.293)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>102.743</b>	<b>419.110</b>	<b>402.939</b>	<b>75.074</b>	<b>999.866</b>

Kao sredstvo osiguranja otplate kredita založena je dugotrajna materijalna imovina čija neto knjigovodstvena vrijednost na dan 31. prosinca 2017. godine iznosi 233.614 tisuća kuna (2016.: 260.632 tisuće kuna) (bilješka 24).

## BILJEŠKA 13a – DUGOTRAJNA IMOVINA NAMIJENJENA PRODAJI

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	5.687	99.196
Povećanja	726	192
Prodaja i rashodovanja	(302)	(45.825)
Klasificirano kao namijenjeno prodaji tijekom godine	612	-
Prijenos na nekretnine, postrojenja i opremu	-	(45.730)
Trošak umanjenja vrijednosti	(409)	(1.518)
Tečajne razlike	22	(628)
<b>Završna neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b><u>6.336</u></b>	<b><u>5.687</u></b>

Tijekom 2016. godine Grupa je prodala dio dugotrajne imovine raspoložive za prodaju u vlasništvu društva Droga Kolinska d.d.. Preostala imovina u vlasništvu Droga Kolinska d.d. je reklasificirana na nekretnine, postrojenja i opremu, s obzirom na to da više ne zadovoljava kriterije za priznavanje dugotrajne imovine raspoložive za prodaju.

Preostali iznos dugotrajne imovine namijenjene prodaji na dan 31. prosinca 2017. godine se odnosi na nekretninu u vlasništvu Atlantic Trade Zagreb d.o.o. Aktivnosti za provođenje planirane prodaje su u tijeku.



## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 14 – NEMATERIJALNA IMOVINA

<i>(u tisućama kuna)</i>	<b>Goodwill</b>	<b>Licence</b>	<b>Brendovi</b>	<b>Prava</b>	<b>Softver</b>	<b>Ukupno</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2015.</b>						
Nabavna vrijednost	846.835	204.725	811.655	16.851	144.391	2.024.457
Akumulirana amortizacija i umanjena	-	(46.643)	(60.264)	(5.605)	(114.154)	(226.666)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>846.835</b>	<b>158.082</b>	<b>751.391</b>	<b>11.246</b>	<b>30.237</b>	<b>1.797.791</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2016.</b>						
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	846.835	158.082	751.391	11.246	30.237	1.797.791
Učinak promjene deviznog tečaja	(14.020)	-	(10.622)	(124)	(92)	(24.858)
Utjecaj promjene porezne stope	(3.524)	-	-	-	-	(3.524)
Povećanja	-	-	244	49	15.686	15.979
Stjecanje podružnice	768	3.841	-	-	-	4.609
Amortizacija	-	-	(12.505)	(3.165)	(7.713)	(23.383)
Trošak umanjena vrijednosti	(4.066)	(578)	(5.753)	-	-	(10.397)
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>825.993</b>	<b>161.345</b>	<b>722.755</b>	<b>8.006</b>	<b>38.118</b>	<b>1.756.217</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2016.</b>						
Nabavna vrijednost	825.993	208.566	800.397	16.730	158.114	2.009.800
Akumulirana amortizacija i umanjena	-	(47.221)	(77.642)	(8.724)	(119.996)	(253.583)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>825.993</b>	<b>161.345</b>	<b>722.755</b>	<b>8.006</b>	<b>38.118</b>	<b>1.756.217</b>
<b>Stanje 1. siječnja 2017.</b>						
Početna neto knjigovodstvena vrijednost	825.993	161.345	722.755	8.006	38.118	1.756.217
Učinak promjene deviznog tečaja	17.025	-	3.750	(69)	(15)	20.691
Povećanja	-	2.173	225	-	19.655	22.053
Transfer s materijalne imovine	-	-	-	-	989	989
Učinak prodaje podružnica	-	-	-	-	(1.566)	(1.566)
Amortizacija	-	-	(12.593)	(3.139)	(12.283)	(28.015)
Trošak umanjena vrijednosti	(8.266)	(1.359)	(10.528)	-	-	(20.153)
<b>Zaključno neto knjigovodstveno stanje</b>	<b>834.752</b>	<b>162.159</b>	<b>703.609</b>	<b>4.798</b>	<b>44.898</b>	<b>1.750.216</b>
<b>Stanje 31. prosinca 2017.</b>						
Nabavna vrijednost	834.752	210.739	806.247	16.631	164.074	2.032.443
Akumulirana amortizacija i umanjena	-	(48.580)	(102.638)	(11.833)	(119.176)	(282.227)
<b>Neto knjigovodstvena vrijednost</b>	<b>834.752</b>	<b>162.159</b>	<b>703.609</b>	<b>4.798</b>	<b>44.898</b>	<b>1.750.216</b>

Testiranje goodwilla i nematerijalne imovine s neograničenim vijekom uporabe na umanjene vrijednosti prikazano je u bilješci 4 b).

Nematerijalna imovina čija neto knjigovodstvena vrijednost na dan 31. prosinca 2017. godine iznosi 623.799 tisuća kuna (2016.: 639.240 tisuća kuna) založena je kao sredstvo osiguranja otplate kredita (bilješka 24).

**BILJEŠKA 15 – FINACIJSKI INSTRUMENTI PO KATEGORIJAMA**

Računovodstvene politike za financijske instrumente su primijenjene na sljedeće stavke:

	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Kredit i potraživanja</b>		
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	1.209.920	1.261.409
Dani kratkoročni depoziti	252	227
Novac i novčani ekvivalenti	497.079	490.730
	<u>1.707.251</u>	<u>1.752.366</u>
<b>Financijska imovina raspoloživa za prodaju</b>		
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	948	915
<b>Derivativni instrumenti zaštite</b>		
Derivativni financijski instrumenti	-	18.139
	<u>1.708.199</u>	<u>1.771.420</u>
Ukupno kratkotrajna	1.612.012	1.711.403
Ukupno dugotrajna	96.187	60.017
<b>Ostale financijske obveze</b>		
Primljeni krediti	1.681.251	2.011.144
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	856.039	1.002.571
	<u>2.537.290</u>	<u>3.013.715</u>
<b>Derivativni instrumenti zaštite</b>		
Derivativni financijski instrumenti	1.226	-
<b>Financijske obveze po fer vrijednosti u računu dobiti i gubitka</b>		
Potencijalna naknada za stjecanje ovisnog društva	3.323	7.018
	<u>2.541.839</u>	<u>3.020.733</u>
Ukupno kratkoročne	1.403.647	1.591.432
Ukupno dugoročne	1.138.192	1.429.301

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 16 – KREDITNA KVALITETA FINACIJSKE IMOVINE

Kreditna kvaliteta financijske imovine koja nije dospjela i nije ispravljena može se ocijeniti u usporedbi s neovisnim kreditnim ocjenama (ukoliko postoje) ili s povijesnim podacima o protustrankama.

Na dan 31. prosinca 2017. godine financijska imovina klasificirana u kategoriji 'potraživanja od kupaca i ostala potraživanja' i 'dani kratkoročni depoziti' koja je nedospjela iznosi 1.026.282 tisuće kuna (2016.: 1.051.595 tisuća kuna). Nedospjela potraživanja odnose se na potraživanja od postojećih kupaca bez kašnjenja u plaćanju u prošlosti.

Neovisne kreditne ocjene protustranaka za novac i novčane ekvivalente su kako slijedi:

<i>Kreditne ocjene</i>	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
A/Positive (Standard & Poor's)	32.895	29.302
A/Stable/ (Standard & Poor's)	1.382	1.419
BBB/Positive/ (Standard & Poor's)	126.501	143.529
BBB/Stable (Standard & Poor's)	159.461	194.963
BB/Positiv (Standard & Poor's)	3.381	2.188
BB/Negative (Standard & Poor's)	1.186	5.036
BA2 /Positive (Moody's)	22.382	-
BA1 /Positive (Moody's)	137.535	101.900
Novac u blagajni i u drugim bankama	12.356	12.393
	<b>497.079</b>	<b>490.730</b>

Kreditna kvaliteta financijske imovine koja nije dospjela i nije ispravljena, može se ocijeniti u usporedbi s neovisnim kreditnim ocjenama (ukoliko postoje) ili s povijesnim podacima o protustrankama:

	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Protustranke bez kreditnog rejtinga*		
Grupa 1	27.236	68.930
Grupa 2	640.069	710.326
Grupa 3	219.156	165.551
<b>Ukupno nedospjela potraživanja od kupaca</b>	<b>886.461</b>	<b>944.807</b>

## BILJEŠKA 16 – KREDITNA KVALITETA FINACIJSKE IMOVINE (nastavak)

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Ostala potraživanja</b>		
Protustranke bez kreditnog rejtinga*		
Grupa 2	77.183	38.366
<b>Ukupno ostala potraživanja kojima nije umanjena vrijednost</b>	<b>77.183</b>	<b>38.366</b>

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Kredit i dugoročni depoziti</b>		
Protustranke bez kreditnog rejtinga*		
Grupa 1	268	5.163
Grupa 2	49.629	53.360
Grupa 3	12.489	9.672
	<b>62.386</b>	<b>68.195</b>

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Kratkoročni depoziti</b>		
BBB/Positive/ (Standard & Poor's)	143	105
Grupa 2	109	122
	<b>252</b>	<b>227</b>

\*Protustranke bez kreditnog rejtinga

- Grupa 1 – novi kupci /povezane stranke (do 12 mjeseci)
- Grupa 2 – stari kupci /povezane stranke (više od 12 mjeseci) koji plaćaju unutar dospjeća
- Grupa 3 – stari kupci /povezane stranke (više od 12 mjeseci) koji plaćaju sa zakašnjenjem; sva zakašnjela plaćanja u potpunosti su naplaćena.

Niti za jednu stavku financijske imovine koja je potpuno nadoknativa nisu mijenjani uvjeti tijekom protekle godine.

## BILJEŠKA 17 – FINACIJSKA IMOVINA RASPOLOŽIVA ZA PRODAJU

Financijska imovina raspoloživa za prodaju odnosi se na glavničke instrumente koji ne kotiraju na burzi te je iskazana po trošku s obzirom da se fer vrijednost ne može pouzdano izmjeriti.

Tijekom 2017. i 2016. godine nije bilo umanjena vrijednosti financijske imovine raspoložive za prodaju.

## BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dugoročna potraživanja</b>		
Dani krediti i depoziti /i/	57.641	50.838
Ostala dugoročna potraživanja	37.598	8.264
	<u>95.239</u>	<u>59.102</u>
<b>Kratkoročna potraživanja</b>		
Potraživanja od kupaca /ii/	1.070.351	1.154.848
Dani krediti i depoziti /i/	4.997	17.584
Ostala potraživanja /iii/	115.694	128.363
	<u>1.191.042</u>	<u>1.300.795</u>
	<b><u>1.286.281</u></b>	<b><u>1.359.897</u></b>
	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Financijska imovina</b>		
<b>Kategorija: Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja</b>		
Kredit i depoziti	62.638	68.422
Potraživanja od kupaca	1.070.351	1.154.848
Ostala potraživanja	77.183	38.366
	<u>1.210.172</u>	<u>1.261.636</u>

/i/ Potraživanja po kreditima i depozitima su kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dugoročna potraživanja</b>		
Depoziti za operativni najam	2.200	2.348
Kredit	55.873	57.534
Tekuće dospjeće	(432)	(9.044)
	<u>57.641</u>	<u>50.838</u>
<b>Kratkoročna potraživanja</b>		
Kredit – povezane stranke (bilješka 30)	1.764	1.350
Kredit	2.549	6.963
Depoziti	252	227
Tekuće dospjeće dugoročnih potraživanja	432	9.044
	<u>4.997</u>	<u>17.584</u>
	<b><u>62.638</u></b>	<b><u>68.422</u></b>

Fer vrijednost danih kredita i depozita približno je jednaka knjigovodstvenoj vrijednosti.

## BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)

/ii/ Potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od kupaca – bruto	1.071.603	1.164.789
Potraživanja od kupaca – povezane stranke (bilješka 30)	103.300	95.804
Ispravak vrijednosti potraživanja od kupaca	<u>(104.552)</u>	<u>(105.745)</u>
	<b>1.070.351</b>	<b>1.154.848</b>

/iii/ Ostala potraživanja su kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potraživanja od državnih institucija	36.701	44.683
Potraživanja za predujmove	6.105	5.078
Unaprijed plaćeni troškovi	11.180	12.844
Potraživanje za kamate	5.652	200
Potraživanja od prodaje poslovanja čajeve	-	24.700
Potraživanja od prodaje podružnica	29.793	-
Ostalo – povezane stranke (bilješka 30)	25	1.168
Ostalo	<u>26.238</u>	<u>39.690</u>
	<b>115.694</b>	<b>128.363</b>

Uslijed neizvjesnosti naplate, napravljen je ispravak vrijednosti ostalih potraživanja u visini od 6.832 tisuće kuna (2016.: 588 tisuća kuna), (bilješka 8).

/iv/ Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Na dan 31. prosinca 2017. godine, vrijednost potraživanja od kupaca za koje je izvršen ispravak vrijednosti iznosi 104.552 tisuće kuna (2016.: 105.745 tisuća kuna). Pojedinačni ispravci potraživanja od kupaca odnose se na kupce koji su u neočekivano teškoj ekonomskoj situaciji. Starosna struktura ovih potraživanja od kupaca je sljedeća:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 3 mjeseca	4.287	4.584
Od 3 do 6 mjeseci	1.853	6.828
Više od 6 mjeseci	<u>98.412</u>	<u>94.333</u>
	<b>104.552</b>	<b>105.745</b>

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 18 – POTRAŽIVANJA OD KUPACA I OSTALA POTRAŽIVANJA (nastavak)

Na dan 31. prosinca 2017. godine, vrijednost dospjelih potraživanja od kupaca za koje nije izvršen ispravak vrijednosti iznosi 183.890 tisuće kuna (2016.: 210.041 tisuća kuna) i odnosi se na više neovisnih kupaca koji u prošlosti nisu imali problema s plaćanjem.

	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do 3 mjeseca	124.012	173.526
Od 3 do 6 mjeseci	10.552	32.644
Više od 6 mjeseci	49.326	3.871
	<b>183.890</b>	<b>210.041</b>

Knjigovodstvena vrijednost financijske imovine Grupe po valutama je kako slijedi:

	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	371.212	420.754
HRK	410.896	386.968
RSD	318.722	344.634
Ostalo	109.342	109.280
	<b>1.210.172</b>	<b>1.261.636</b>

Promjene u ispravku vrijednosti potraživanja od kupaca su kako slijedi:

	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Stanje 1. siječnja	105.745	96.748
Ispravak vrijednosti potraživanja (bilješka 8)	24.186	21.290
Naplata prethodno usklađenih potraživanja (bilješka 8)	(9.673)	(3.845)
Otpisana potraživanja	(8.788)	(7.906)
Prodaja podružnica	(5.936)	-
Tečajne razlike	(982)	(542)
Stanje 31. prosinca	<b>104.552</b>	<b>105.745</b>

Maksimalna izloženost kreditnom riziku na dan izvještavanja je knjigovodstvena vrijednost svake gore spomenute kategorije potraživanja.

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 19 – ZALIHE

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Sirovine i materijal	132.875	169.559
Proizvodnja u tijeku	18.666	22.008
Gotovi proizvodi	205.287	234.376
Trgovačka roba	190.450	197.375
	<u>547.278</u>	<u>623.318</u>

Na dan 31. prosinca 2017. godine, zalihama u iznosu od 25.831 tisuću kuna (2016.: 27.851 tisuću kuna) umanjena je vrijednost i za njih je izvršeno vrijednosno usklađenje zbog usuglašavanja s neto ostvarivom vrijednosti (bilješka 8).

## BILJEŠKA 20 – NOVAC I NOVČANI EKVIVALENTI

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Kunski račun i gotovina u blagajni	136.718	139.909
Devizni račun	290.547	326.290
Depoziti s rokom dospjeća do tri mjeseca //	69.814	24.531
	<u>497.079</u>	<u>490.730</u>

// Obračunata pripadajuća kamata do datuma bilance iskazana je u okviru ostalih prihoda.

Novac i novčani ekvivalenti denominirani su u sljedećim valutama:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	223.819	233.917
HRK	135.635	134.140
RSD	99.249	85.909
Ostalo	38.376	36.764
	<u>497.079</u>	<u>490.730</u>



## BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL, KAPITALNA DOBIT I VLASTITE DIONICE

	Broj dionica	Dionički kapital	Kapitalna dobit	Vlastite dionice	Ukupno
			<i>(u tisućama kuna)</i>		
1. siječnja 2016.	3.334.073	133.372	881.515	(198)	1.014.689
Otkup vlastitih dionica	(1.300)	-	-	(1.076)	(1.076)
Isplata s temelja dionica	1.422	-	(26)	1.186	1.160
<b>31. prosinca 2016.</b>	<b>3.334.195</b>	<b>133.372</b>	<b>881.489</b>	<b>(88)</b>	<b>1.014.773</b>
Otkup vlastitih dionica	(8.583)	-	-	(7.431)	(7.431)
Isplata s temelja dionica	6.939	-	(400)	6.005	5.605
<b>31. prosinca 2017.</b>	<b>3.332.551</b>	<b>133.372</b>	<b>881.089</b>	<b>(1.514)</b>	<b>1.012.947</b>

Sve dionice su redovne dionice, koje imaju sva pripadajuća prava. Navedena prava uključuju pravo glasa na Glavnoj skupštini Društva kao i pravo na isplatu dividende.

Osnivač i većinski vlasnik Društva je gospodin Emil Tedeschi, ujedno predsjednik Uprave i glavni izvršni direktor. Gospodin Tedeschi je krajnji vlasnik Grupe.

Vlasnička struktura Društva je kako slijedi:

	31. prosinca 2017.		31. prosinca 2016.	
	Broj dionica	%	Broj dionica	%
Emil Tedeschi	1.673.819	50,20	1.673.819	50,20
Raiffeisen Obvezni mirovinski fond	322.729	9,68	322.729	9,68
AZ Obvezni mirovinski fond	286.946	8,61	286.372	8,59
Erste Plavi Obvezni mirovinski fond	202.328	6,07	202.328	6,07
Lada Tedeschi Fiorio	193.156	5,79	193.156	5,79
Uprava Društva	38.860	1,16	38.753	1,16
Ostali dioničari	614.713	18,44	617.038	18,51
Vlastite dionice	1.749	0,05	105	0,00
<b>Ukupno</b>	<b>3.334.300</b>	<b>100,00</b>	<b>3.334.300</b>	<b>100,00</b>

## Isplata dividendi

Prema odluci Glavne skupštine Društva održane 29. lipnja 2017. godine, odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 44.984 tisuće kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2017. godine.

U 2016. godini odobrena je isplata dividende u iznosu od 13,50 kuna po dionici odnosno sveukupno 45.012 tisuća kuna. Isplata dividende realizirana je u srpnju 2016. godine.

**BILJEŠKA 21 – DIONIČKI KAPITAL, KAPITALNA DOBIT I VLASTITE DIONICE (nastavak)**

**Isplate s temelja dionica**

Prema programu dioničkog nagrađivanja Društva, dionice se dodjeljuju članovima Uprave i višeg menadžmenta.

Jedan dio dodjele dionica ovisi o postizanju ciljanog rasta dobiti iz poslovanja Grupe i o individualnim postignućima. Drugi dio dodjele dionica uvjetuje da zaposlenik bude zaposlen najmanje dvije godine (razdoblje stjecanja prava). Dodatno, dio programa je namijenjen za iznimna postignuća na specijalnim projektima.

Sukladno programu, u 2017. godini je dodijeljeno novih 3.366 dionica (2016.: 4.294 dionica) na ime ostvarenja ciljanog rasta dobiti iz poslovanja Grupe, individualnih postignuća te ostvarenju potrebnih godina zaposlenja u Grupi.

Fer vrijednost transakcija isplate s temelja dionica podmirenih glavničkim instrumentima iznosila je 4.860 tisuća kuna (2016.: 5.791 tisuću kuna). Od tog iznosa 4.125 tisuća kuna (2016.: 4.995 tisuća kuna) je iskazano unutar troškova radnika (bilješka 6), što se odnosi na 3.017 dionica za koje su uvjeti ostvarivanja prava ispunjeni u 2017. godini (2016.: 3.818 dionica), dok je 735 tisuća kuna iskazano u okviru odgođenih troškova radnika, vezano uz dionice za koje će uvjeti ostvarivanja prava biti ispunjeni u sljedeće dvije godine (349 dionica; 2016.: 796 tisuća kuna, 476 dionica).

Fer vrijednost dodijeljenih dionica utvrđena je na dan stjecanja prava prema procijenjenoj tržišnoj cijeni dionice u iznosu od 979,94 kuna (2016.: 937,89 kuna).

U 2017. godini članovi Uprave i višeg menadžmenta primili su ukupno 6.939 dionica. Od toga se 6.535 dionica odnosi na dionice dodijeljene u 2016. godini, a 404 dionice na dionice dodijeljene u 2015. godini. U 2016. godini članovi Uprave i višeg menadžmenta primili su ukupno 1.422 dionice dodijeljene u 2015. godini.

## BILJEŠKA 22 – PRIČUVE

<i>(u tisućama kuna)</i>	Pričuve /i/	Pričuve iz preračuna /ii/	Pričuve zaštite od rizika /ii/	Ukupno
1. siječnja 2016.	9.165	(37.745)	2.316	(26.264)
Tečajne razlike	-	(47.565)	-	(47.565)
Prijenos u zadržanu dobit	(15.835)	-	-	(15.835)
Zaštita novčanog toka	-	-	8.700	8.700
<b>31. prosinca 2016.</b>	<b>(6.670)</b>	<b>(85.310)</b>	<b>11.016</b>	<b>(80.964)</b>
Tečajne razlike	-	21.424	-	21.424
Prijenos sa zadržane dobiti	22.578	-	-	22.578
Zaštita novčanog toka	-	-	(15.466)	(15.466)
<b>31. prosinca 2017.</b>	<b>15.908</b>	<b>(63.886)</b>	<b>(4.450)</b>	<b>(52.428)</b>

/i/ Pričuve se uglavnom odnose na statutarne pričuve koje su iskazane sukladno odredbama statuta Društva. Ove pričuve su raspodjeljive.

/ii/ Kretanja predstavljaju iznose koji pripadaju isključivo dioničarima Društva.

Komponente ostale sveobuhvatne dobiti:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Zaštita novčanog toka:</b>		
Valutni forward ugovori		
Reklasificirano u račun dobiti i gubitka tijekom godine	(15.237)	(8.585)
Neto dobit/(gubitak tijekom godine (osim za nedospjele ugovore)	1.297	(553)
Neto dobit/gubitak tijekom godine nedospjelih ugovora	(1.526)	12.902
Kamatni swap		
Reklasificirano u račun dobiti i gubitka tijekom godine	-	4.936
	<u>(15.466)</u>	<u>8.700</u>

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 23 – OBVEZE PREMA DOBAVLJAČIMA I OSTALE OBVEZE

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze prema dobavljačima	688.182	794.021
Obveze prema dobavljačima – povezane stranke (bilješka 30)	2.246	3.906
Ostale obveze	212.716	276.069
	<u>903.144</u>	<u>1.073.996</u>

Ostale obveze na dan 31. prosinca su kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Obveze za bruto plaće zaposlenima	51.128	49.155
Obveze prema državnim institucijama	(5.058)	21.559
Ukalkulirani troškovi	107.890	101.038
Ukalkulirani trošak neiskorištenih godišnjih odmora	17.340	17.887
Obveza prema povezanim stranama u svezi s primljenim kreditima (bilješka 30)	14.629	44.954
Obveze za otpremnine	713	390
Odgođeni prihodi	5.160	7.288
Obveza za dividendu	227	185
Ostalo	20.687	33.613
	<u>212.716</u>	<u>276.069</u>

Financijske obveze denominirane su u sljedećim valutama:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
EUR	385.359	391.923
HRK	289.531	396.068
RSD	110.166	127.084
Ostalo	71.305	87.818
	<u>856.361</u>	<u>1.002.893</u>

## BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dugoročni krediti:</b>		
Financijske ustanove /i/	935.481	1.223.031
Obveznice /ii/	199.710	199.574
Dugoročni dug	<b>1.135.191</b>	<b>1.422.605</b>
<b>Kratkoročni krediti:</b>		
Financijske ustanove /i/	545.936	588.415
Obveznice /ii/	124	124
	<b>546.060</b>	<b>588.539</b>
	<b>1.681.251</b>	<b>2.011.144</b>

/i/ Kreditni paket u visini od 307 milijuna eura odobren je u studenom 2012. godine od Europske banke za obnovu i razvoj (EBRD), Međunarodne financijske korporacije (IFC, članica grupe Svjetske Banke), Raiffeisenbank Austria Zagreb i Zagrebačke banke. Aranžman je strukturiran na način da je EBRD aranžirao kredit u iznosu od 232 milijuna eura, IFC je u paketu sudjelovao s kreditom od 50 milijuna eura, dok su preostalih 25 milijuna paralelno osigurale lokalne komercijalne banke. Sredstva iz ugovorenog paketa korištena su primarno za restrukturiranje bilance Grupe (272 milijuna eura), zatim za neobvezujuću liniju za unapređenje energetske učinkovitosti (10 milijuna eura od kojih je 5 milijuna eura iskorišteno u 2014. godini) te za financiranje radnog kapitala (25 milijuna eura).

U travnju 2016. godine, Grupa je potpisala ugovor s Europskom bankom za obnovu i razvoj (EBRD) i Međunarodnom financijskom korporacijom (IFC) vezan uz paket preostalog iznosa kredita (191,5 milijuna eura) čime su definirani povoljniji financijski uvjeti te je prolongirano dospjeće kredita za dvije godine, do 2021. godine.

Na dan 31. prosinca 2017. godine, 17,8 milijuna eura obvezujućih linija bilo je neiskorišteno (2016.: 4,8 milijuna eura).

/ii/ U lipnju 2016. godine Grupa je izdala korporativne obveznice u iznosu od 200 milijuna kuna po cijeni izdanja od 99,954% s kuponom od 3,125% godišnje uz polugodišnju isplatu kamata te konačnim dospjećem 17. lipnja 2021. godine. Svrha navedenih obveznica je financiranje radnog kapitala te refinanciranje obveznica koje su izdane u rujnu 2011. godine i dospjele 20. rujna 2016. godine.

Kreditni financijskih ustanova (uključujući povezane stranke) osigurani su zalugom nad nekretninama, postrojenjem i opremom (bilješka 13), nematerijalnom imovinom (bilješka 14) i udjelima u ovisnim društvima (Atlantic Trade d.o.o. Zagreb, Droga Kolinska d.d., Grand Prom d.o.o. Srbija i Soko Štark d.o.o.). Nadalje, na dio kredita od financijskih ustanova te na izdane obveznice primjenjuju se obveze definirane ugovorima o kreditu na temelju kojih je Grupa obvezna ispuniti određene ključne pokazatelje poslovanja poput pokrića ukupnog neto duga, pokrića kamata, pokrića novčanog toka i maksimalnih kapitalnih ulaganja. Na dan bilance sve obveze su ispunjene.

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 24 – OBVEZE PO PRIMLJENIM KREDITIMA (nastavak)

Izloženost promjeni kamatne stope na primljene kredite sukladno ugovorenim datumima promjena kamatnih stopa na dan bilance je kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Fiksna kamatna stopa	211.686	219.211
Do 3 mjeseca	806.432	1.074.305
3 do 6 mjeseci	663.133	717.628
	<u>1.681.251</u>	<u>2.011.144</u>

Dinamika otplate dugoročnog duga je kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Od 1 do 2 godine	267.962	244.142
Od 2 do 5 godina	867.229	1.178.463
	<u>1.135.191</u>	<u>1.422.605</u>

Prosječna godišnja efektivna kamatna stopa na primljene kredite od financijskih ustanova na dan bilance bila je 2,26% (2016.: 2,53%). Godišnja efektivna kamatna stopa na obveznice na dan bilance bila je 3,19% (2016.: 4,84%).

Knjigovodstveni iznosi i fer vrijednost dugoročnog duga na dan 31. prosinca 2017. godine bili su kako slijedi:

	<u>Knjigovodstveni iznosi</u>	<u>Fer vrijednost</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
<b>Dugoročni dug</b>		
Financijske ustanove	935.481	935.481
Obveznice	199.710	201.432
	<u>1.135.191</u>	<u>1.136.913</u>

Fer vrijednost primljenih kredita od banaka i financijskih ustanova izračunata je na temelju diskontiranog novčanog toka primjenom kamatne stope od 2,26% (2016.: 2,53%).

Knjigovodstveni iznos kratkoročnih kredita na dan 31. prosinca 2016. godine uglavnom odgovara njihovoj fer vrijednosti.

Knjigovodstveni iznos kredita i obveznica preračunat je iz sljedećih valuta:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
HRK	432.027	482.792
EUR	1.239.417	1.518.783
USD	8.609	9.464
Ostalo	1.198	105
	<u>1.681.251</u>	<u>2.011.144</u>

## BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

## ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.

## BILJEŠKA 25 – ODGOĐENI POREZ

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Odgođena porezna imovina:		
- koju je moguće upotrijebiti poslije više od 12 mjeseci	19.222	32.227
- koju je moguće upotrijebiti u razdoblju od 12 mjeseci	12.943	15.066
	<u>32.165</u>	<u>47.293</u>
Odgođene porezne obveze:		
- koju je moguće upotrijebiti poslije više od 12 mjeseci	(159.869)	(167.248)
- koju je moguće upotrijebiti u razdoblju od 12 mjeseci	(2.783)	(4.563)
	<u>(162.652)</u>	<u>(171.811)</u>
<b>Odgođene porezne obveze – neto</b>	<b><u>(130.487)</u></b>	<b><u>(124.518)</u></b>

Odgođena porezna imovina priznaje se za prenesene porezne gubitke i porezne prihode do visine za koju je vjerojatno da će ovi iznosi biti realizirani kroz buduću oporezivu dobit pripadajućih društava u Grupi.

Grupa nije priznala odgođenu poreznu imovinu po osnovi poreznih gubitaka u iznosu od 50.638 tisuća kuna (2016.: 62.875 tisuće kuna) nastalih u ovisnim društvima, a koji se mogu realizirati kroz buduću oporezivu dobit društava. Odgođena porezna imovina koja bi proizašla iz ovih gubitaka nije priznata budući da nije vjerojatno da će u budućnosti postojati oporeziva dobit kroz koju bi se privremene razlike realizirale. Porezni gubici u iznosu od 130.205 tisuća kuna (2016.: 252.142 tisuća kuna) ističu kroz sljedećih 5 godina dok porezni gubici u iznosu od 96.277 tisuća kuna (2016.: 60.727 tisuća kuna) imaju neograničeni vijek korištenja.

## Odgođena porezna imovina

*(u tisućama kuna)*

	<u>Porezni gubici</u>	<u>Rezerviranja</u>	<u>Ostalo</u>	<u>Ukupno</u>
<b>Stanje 1. siječnja 2016.</b>	<b>6.169</b>	<b>7.706</b>	<b>23.191</b>	<b>37.066</b>
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	8.715	483	347	9.545
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	96	(593)	(497)
Tečajne razlike	948	(63)	294	1.179
<b>Stanje 31. prosinca 2016.</b>	<b>15.832</b>	<b>8.222</b>	<b>23.239</b>	<b>47.293</b>
Porez (na teret)/u korist računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	(13.376)	3.586	(4.825)	(14.615)
Porez (na teret)/u korist ostale sveobuhvatne dobiti	-	(274)	327	53
Prodaja podružnica	-	(81)	(162)	(243)
Tečajne razlike	(63)	84	(344)	(323)
<b>Stanje 31. prosinca 2017.</b>	<b>2.393</b>	<b>11.537</b>	<b>18.235</b>	<b>32.165</b>

## BILJEŠKA 25 – ODGOĐENI POREZ (nastavak)

## Odgođena porezna obveza

<i>(u tisućama kuna)</i>	Dobici od svođenja na fer vrijednost	Višak fer vrijednosti imovine stečene poslovnim kombinacijama	Ostalo	Ukupno
<b>Stanje 1. siječnja 2016.</b>	<b>2.171</b>	<b>172.532</b>	<b>1.974</b>	<b>176.677</b>
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	-	(418)	(1.089)	(1.507)
Porez na teret/(u korist) ostale sveobuhvatne dobiti	1.196	-	-	1.196
Utjecaj promjene porezne stope	-	(3.524)	-	(3.524)
Stjecanje podružnice	-	768	-	768
Tečajne razlike	(19)	(1.713)	(67)	(1.799)
<b>Stanje 31. prosinca 2016.</b>	<b>3.348</b>	<b>167.645</b>	<b>818</b>	<b>171.811</b>
Porez na teret/(u korist) računa dobiti i gubitka (bilješka 11)	-	(5.778)	(83)	(5.861)
Porez na teret/(u korist) ostale sveobuhvatne dobiti	(3.341)	-	-	(3.341)
Prodaja podružnica	-	(250)	250	-
Tečajne razlike	(7)	3	47	43
<b>Stanje 31. prosinca 2017.</b>	<b>-</b>	<b>161.620</b>	<b>1.032</b>	<b>162.652</b>

## BILJEŠKA 26 – REZERVIRANJA

<i>(u tisućama kuna)</i>	Rezerviranja za naknade zaposlenima	Rezerviranja za sudske sporeve	Rezerviranja za garancije	Ostala rezerviranja	Ukupno
Stanje 31. prosinca 2016.	71.117	31.544	1.242	2.594	106.497
<b>Analiza ukupnih rezerviranja:</b>					
Dugoročni dio	33.982	22.598	-	1.456	58.036
Kratkoročni dio	37.135	8.946	1.242	1.138	48.461
<b>Stanje 1. siječnja 2017.</b>	<b>71.117</b>	<b>31.544</b>	<b>1.242</b>	<b>2.594</b>	<b>106.497</b>
Povećanja	45.741	1.705	30	19	47.495
Iskorišteno tijekom godine	(32.504)	(250)	-	(3)	(32.757)
Prodaja podružnica	(1.622)	-	(470)	(829)	(2.921)
Ukinuto tijekom godine	(4.757)	(10.128)	-	-	(14.885)
Trošak kamata	261	-	-	-	261
Tečajne razlike	327	(85)	(5)	(1)	236
<b>Stanje 31. prosinca 2017.</b>	<b>78.563</b>	<b>22.786</b>	<b>797</b>	<b>1.780</b>	<b>103.926</b>
<b>Analiza ukupnih rezerviranja:</b>					
Dugoročni dio	35.291	13.805	-	1.360	50.456
Kratkoročni dio	43.272	8.981	797	420	53.470



**BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE**

**ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.**

---

**BILJEŠKA 26 – REZERVIRANJA (nastavak)**

**Sudski sporovi**

Tijekom redovnog poslovanja Grupa je bila tuženik, odnosno tužitelj u sudskim sporovima koji su u tijeku. Prema mišljenju Uprave Grupa neće imati materijalnih gubitaka po ovim sporovima iznad iznosa za koje su izvršena rezerviranja na dan 31. prosinca 2017. godine.

**Primanja radnika**

Ovo rezerviranje odnosi se na procijenjena dugoročna primanja radnika vezano uz otpremnine i jubilarne nagrade, što je definirano Kolektivnim ugovorom, te na bonuse radnicima. Dugoročni iznos rezerviranja odnosi se na procijenjena stečena prava na otpremnine i jubilarne nagrade koje će biti isplaćene nakon 31. prosinca 2018. godine. Kratkoročni iznos primanja radnika sastoji se od godišnjih bonusa radnicima te jubilarnih nagrada i otpremnina u iznosu od 2.710 tisuća kuna koji će biti isplaćeni u razdoblju od 12 mjeseci nakon datuma bilance.

**BILJEŠKA 27 – PREUZETE OBVEZE**

Ugovorena, a nerealizirana kapitalna ulaganja su na dan 31. prosinca 2017. godine iznosila 15.189 tisuća kuna za nekretnine, postrojenja i opremu (2016.: 14.867 tisuća kuna) te 2.397 tisuće kuna za nematerijalnu imovinu (2016.: 1.058 tisuća kuna).

Grupa je ugovorila neraskidive operativne najmove za određena prodajna mjesta, urede i skladišta. Trajanje tih ugovora je između tri i deset godina te je većina njih obnovljiva po isteku trajanja pod tržišnim uvjetima.

Grupa je također ugovorila raskidive operativne najmove za određene nekretnine, postrojenja i opremu. U slučaju raskida ovih ugovora Grupa mora obavijestiti najmodavca tri do šest mjeseci unaprijed.

Trošak zakupnine nastao tokom godine iskazuje se na teret računa dobiti i gubitka (bilješka 8).

Ukupna buduća minimalna plaćanja najma proizašla iz neraskidivih ugovora o operativnom najmu opreme, vozila i poslovnih prostora su kako slijedi:

	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
	<i>(u tisućama kuna)</i>	
Do jedne godine	49.152	47.091
Od jedne do pet godina	113.463	105.794
Više od pet godina	4.682	1.721
	<u>167.297</u>	<u>154.606</u>

**BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE I PRODAJA OVISNIH DRUŠTAVA**

/i/ U svrhu daljnjeg restrukturiranja i pojednostavljivanja poslovanja segmenta sportske i aktivne prehrane te fokusa na vlastite brendove, Atlantic Grupa je odlučila prodati tvornice u Njemačkoj (Bleckede) i Hrvatskoj (Nova Gradiška) i s njima povezanu uslužnu proizvodnju za treće strane (private label) belgijskoj tvrtki Aminolabs Group, dok su strateški brandovi Multipower, Champ i Multaben izdvojeni u zasebnu poslovnu jedinicu te su ostali u 100 postotnom vlasništvu Atlantic Grupe. Transakcija prodaje i isplata dijela kupoprodajne cijene realizirani su 31. listopada 2017. godine, dok će ostatak biti isplaćen kroz naredne dvije godine. Grupa je od navedene transakcije ostvarila dobit u iznosu od 64.868 tisuća kuna.

Primljena naknada i potraživanja za prodaju ovisnih društava  
(u tisućama kuna)

Novac	150.031
Potraživanja	59.587
<b>Ukupni primici od prodaje</b>	<b>209.618</b>

Knjigovodstvena vrijednost prodane neto imovine	(142.749)
Troškovi transakcije	(2.001)
<b>Dobit od prodaje podružnica</b>	<b>64.868</b>

Knjigovodstvena vrijednost neto imovine prodanih ovisnih društava na dan 31. listopada 2017.  
(u tisućama kuna)

Nekretnine, postrojenja i oprema	81.542
Nematerijalna imovina	1.566
Odgođena porezna imovina	243
Zalihe	64.456
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	57.901
Novac i novčani ekvivalenti	20.689
Rezerviranja	(2.921)
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	(80.727)
	<b>142.749</b>

Novčani tok od prodaje ovisnih društava  
(u tisućama kuna)

Primljena naknada u novcu	150.031
Novac u prodanim podružnicama	(20.689)

**Primici od prodaje ovisnih društava – neto od novca u prodanim ovisnim društvima** **129.342**

Dodatno su ugovorom o prodaji dogovorene potencijalne naknade i Grupa će potencijalno ostvariti dodatnu dobit od prodaje u iznosu do 36.065 tisuća kuna (4.800 tisuća eura) ukoliko se u naredne dvije godine postignu određeni profitni ciljevi.

Prodana ovisna društva su u razdoblju od 1. siječnja do 31. listopada 2017. godine u konsolidiranom računu dobiti i gubitka ostvarile 184.797 tisuća kuna prihoda i 14.922 tisuća kuna dobiti.

**BILJEŠKA 28 – POSLOVNE KOMBINACIJE (nastavak)**

/ii/ U 2017. godini je prethodnom vlasniku Foodlanda d.o.o. isplaćen iznos od 2.207 tisuća kuna (2016.: 1.122 tisuće kuna), na temelju postignutih prodajnih ciljeva navedenih u ugovoru o stjecanju. Preostali je višak potencijalnih naknada, u iznosu od 1.194 tisuća kuna, otpisan i iskazan u sklopu pozicije ostali dobici – neto.

/iii/ Tijekom 2017. godine Grupa je isplatila dodatni iznos od 1.906 tisuća kuna (2016: 8.438 tisuća kuna) manjinskim dioničarima ovisnog društva Soko Štark d.o.o. u skladu s odlukom Visokog kasacionog suda u Beogradu. Nominalni iznos od 1.126 tisuća kuna (2016: 4.778 tisuće kuna) je evidentiran kao transakcija s manjinskim interesom unutar kapitala dok je preostali plaćeni iznos koji se odnosi na zateznu kamatu i, u 2016. godini na sudske troškove, teretio račun dobiti i gubitka.

/iv/ U ožujku 2016. godine Grupa je stekla 100% udjela i preuzela kontrolu nad društvom Nalet Medicus d.o.o., Zagreb. Po dovršetku stjecanja, društvo je pripojeno ovisnom društvu Farmacia – specijalizirana prodavaonica d.o.o..

Fer vrijednost stečene prepoznatljive imovine i obveza na dan stjecanja bila je kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	Fer vrijednost priznata prilikom stjecanja
Licence (bilješka 14)	3.841
Odgodena porezna obveza (bilješka 25)	(768)
<b>Ukupno prepoznatljiva neto imovina</b>	<b>3.073</b>
Uvećano za: goodwill (bilješka 14)	768
<b>Stečena neto imovina</b>	<b>3.841</b>

Novčani tok po stjecanju:

<i>(u tisućama kuna)</i>	
Potencijalna naknada	3.841
Kupoprodajna naknada plaćena u gotovini	-
<b>Novčani tok po stjecanju</b>	<b>3.841</b>

Da je društvo stečeno početkom 2016. godine ne bi bilo dodatnog efekta na konsolidirane financijske izvještaje Grupe, budući da društvo nije imalo poslovnih operacija te je stečeno isključivo radi stjecanja licence za otvaranje specijalizirane prodavaonice.

## BILJEŠKA 29 – NOVAC GENERIRAN POSLOVANJEM

	<u>Bilješka</u>	<u>2017.</u>	<u>2016.</u>
<b>Neto dobit</b>		<b>276.224</b>	<b>163.235</b>
Porez na dobit	11	80.685	40.910
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	13,13a, 14, 2.24	175.758	166.580
Dobit od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme	9	(1.712)	(764)
Dobit od prodaje financijske imovine raspoložive za prodaju	9	(434)	-
Dobit od prodaje ovisnih društava, neto od transakcijskih troškova	9	(64.868)	-
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine		56.849	49.730
Tečajne razlike – neto		(12.256)	(16.051)
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove - neto	26	(976)	(264)
Gubici/(dobici) od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	9	1.085	(12.124)
Isplate s temelja dionica	21	5.605	1.160
Prihodi od kamata		(4.916)	(4.188)
Rashodi od kamata	10	73.117	123.261
Ostale nenovčane promjene, neto		(2.452)	1.454
<b>Promjene u radnom kapitalu:</b>			
Povećanje zaliha		(14.247)	(47.678)
Smanjenje/ (povećanje) kratkoročnih potraživanja		23.601	(111.668)
(Smanjenje)/ povećanje kratkoročnih obveza		(85.987)	74.559
<b>Novac generiran poslovanjem</b>		<b>505.076</b>	<b>428.152</b>

**BILJEŠKA 30 – ODNOSI S POVEZANIM STRANKAMA**

Grupa ostvaruje transakcije sa sljedećim povezanim strankama: značajnim dioničarima i ostalim društvima u vlasništvu ili pod kontrolom krajnjeg vlasnika Društva ('ostale povezane stranke').

Poslovne transakcije s povezanim strankama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. prosinca 2017. godine i na dan 31. prosinca 2016. godine i stavke računa dobiti i gubitka za godine koje su tada završile iskazane su kako slijedi:

<i>(svi iznosi izraženi su u tisućama kuna)</i>	<b>Bilješke</b>	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
<b>POTRAŽIVANJA</b>			
<b>Kratkoročna potraživanja</b>			
Ostale povezane stranke	18	105.089	98.322
<b>OBVEZE</b>			
<b>Obveze prema dobavljačima i ostale obveze</b>			
Dioničari	23	14.629	44.954
Ostale povezane stranke	23	2.246	3.906
		<u>16.875</u>	<u>48.860</u>
<b>PRIHODI</b>			
<b>Prihodi od prodaje</b>			
Ostale povezane stranke		494.620	471.724
<b>Ostali prihodi</b>			
Ostale povezane stranke		1.296	733
<b>RASHODI</b>			
<b>Troškovi marketinga i unapređenja prodaje</b>			
Ostale povezane stranke	7	16.785	13.020
<b>Ostali troškovi poslovanja</b>			
Ostale povezane stranke	8	2.220	2.393
<b>Rashodi od financiranja - neto</b>			
Dioničari	10	14.629	44.954
<b>Nabava nekretnina, postrojenja i opreme</b>			
Ostale povezane stranke		-	140

**Naknade Upravi**

U 2017. godini članovi Uprave po osnovi plaće i naknade za članstvo u nadzornom odboru operativnih društava te godišnjeg bonusa zaprimili su ukupan bruto iznos od 18.813 tisuće kuna (2016.: 17.778 tisuća kuna).

**BILJEŠKA 31 – REVIZORSKE NAKNADE**

Naknade za reviziju financijskih izvještaja Grupe iznosile su 2.238 tisuća kuna (2016.: 2.737 tisuća kuna), dok su naknade za ostale usluge iznosile 135 tisuća kuna (2016.: 1.726 tisuća kuna). Ostale usluge odnose se na usluge savjetovanja, edukacije te na dogovorene postupke izračuna ključnih pokazatelja poslovanja.

**ATLANTIC GRUPA d.d.****BILJEŠKE UZ KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE****ZA GODINU KOJA JE ZAVRŠILA 31. PROSINCA 2017.**

---

**BILJEŠKA 32 – OVISNA DRUŠTVA**

Grupu čini Društvo i sljedeća ovisna društva u kojima Društvo posjeduje vlasnički udjel veći od 50% i kontrolu:

	<b>2017.</b>	<b>2016.</b>
Cedevita d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Neva d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Atlantic Trade d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- Droga Kolinska d.d., Slovenija	100%	100%
- Soko Štark d.o.o., Srbija	100%	100%
- Foodland d.o.o., Srbija	100%	100%
- Argeta d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- o.o.o. Atlantic Brands, Rusija	100%	100%
- Grand Prom d.o.o., Srbija	100%	100%
- Unikomerc d.o.o., Srbija	100%	100%
- Grand Prom d.o.o., Bosna i Hercegovina	100%	100%
- Droga Kolinska d.o.o.e.l., Makedonija	100%	100%
- Atlantic Brands d.o.o., Srbija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Slovenija	100%	100%
- Atlantic Trade d.o.o., Makedonija	75%	75%
- Bionatura bidon vode d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- Atlantic Multipower d.o.o., Hrvatska (prodano u 2017. godini)	-	100%
Fidifarm d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- Atlantic Pharmacentar d.o.o., Hrvatska	100%	100%
- ZU Ljekarne Farmacia, Hrvatska	100%	100%
- Farmacia - specijalizirana prodavaonica d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Montana Plus d.o.o., Hrvatska	100%	100%
Hopen Investments, BV, Nizozemska	100%	100%
- Tripoint GmbH, (ranije AKTIVKOST Handelsgesellschaft mbH), Njemačka	100%	100%
- Atlantic Multipower Iberica, Španjolska (u procesu likvidacije)	100%	100%
- Atlantic Management GmbH, Njemačka	100%	100%
- Atlantic Multipower GmbH & CO OHG, Njemačka (prodano u 2017. godini)	-	100%
Atlantic Multipower UK Ltd, Velika Britanija (u procesu likvidacije)	100%	100%
- Sport Direct Ltd, Velika Britanija (u procesu likvidacije)	100%	100%
Atlantic Multipower Srl, Italija	100%	100%
Atlantic Brands GmbH, Njemačka	100%	100%
Atlantic Brands GmbH, Austrija	100%	100%

A



**ATLANTIC GRUPA D.D.**  
Miramarska 23  
10000 Zagreb, Hrvatska

**Informacije**  
tel. +385 1 2413 900  
fax. +385 1 2413 901  
mail.grupa@atlanticgrupa.com