

Financijski rezultati za prvo polugodište 2009. godine

Zagreb – 24. srpnja 2009. godine

Dvoznamenkasti rast unatoč nepovoljnom makroekonomskom okruženju

- **Rast prodaje na 1.061,1 milijun kuna**
+ 11,5% u odnosu na isto razdoblje lani
- **Rast operativne dobiti (EBIT-a) na 76,9 milijuna kuna**
+ 28,6% u odnosu na isto razdoblje lani
- **Rast operativne dobiti (EBIT-a) bez jednokratnog utjecaja na 67,1 milijuna kuna**
+ 12,1% u odnosu na isto razdoblje lani
Jednokratni utjecaj – dobit ostvarena otkupom manjinskog udjela DEG-a u Cedeviti d.o.o.
- **Neto dobit nakon manjinskih interesa u iznosu od 41,6 milijuna kuna**
+49,8% - u odnosu na isto razdoblje lani
+14,2% - rast neto dobiti nakon manjinskih interesa bez jednokratnog utjecaja na iznos od 31,7 milijuna kuna u odnosu na isto razdoblje lani

Komentar predsjednika Uprave

Komentirajući financijske rezultate u prvom polugodištu 2009. godine, Emil Tedeschi, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Uz svu pozornost na nepovoljne makroekonomske uvjete, menadžment fokusirano upravlja poslovanjem Atlantic Grupe s težnjom ostvarivanja što **konkurentnije pozicije kompanije** te također što veće fleksibilnosti operativnog poslovanja. Posljedično je u prvom polugodištu 2009. godine Atlantic Grupa ostvarila dvoznamenkaste stope rasta prihoda od prodaje i profitabilnosti, zadržavši pritom **stabilan novčani tok iz poslovnih aktivnosti**. Istovremeno, **troškovna optimizacija** se kontinuirano koristi kao jedan od imperativa poboljšanja operativne profitabilnosti i u nastavku 2009. godine, a održivost srednjoročne strategije u tandemu sa stabilnom bilancom te likvidnom pozicijom kao imperativ optimalnog pozicioniranja kompanije za snažniji dugoročni rast.”

Financijski sažetak prvog polugodišta 2009. godine

Ključni pokazatelji	1H09	1H08	Promjena 1H09/1H08
Prodaja (u mil. kuna)	1.061	951	11,5%
Prihodi (u mil. kuna)	1.076	962	11,9%
EBIT marža*	6,3%	6,3%	+3 bps
Neto dobit nakon manjinskih interesa (u mil. kuna)	42	28	49,8%
Odnos neto duga i kapitala	29,4%	32,4%	

*Bez jednokratne dobiti

KLJUČNI DOGAĐAJI u prvom polugodištu 2009. godine

1. Cedevisa GO! u okrilju Cedevisa branda

Nakon lansiranja Cedevisa GO! (početkom veljače u Hrvatskoj, tijekom veljače na tržištima BiH, Srbije i Makedonije, početkom ožujka u Sloveniji te početkom svibnja u Crnoj Gori), u proljeće je Atlantic Grupa pokrenula i intenzivnu marketinšku kampanju vezanu uz Cedevisu GO! kojom se adresira ciljana skupina potrošača čiju okosnicu predstavljaju mladi u dobi između 15 i 35 godina s životnim stilom dominantno orijentiranim na cjelodnevni boravak van kućanstva.

- **Prvi rezultati nakon lansiranja** - od početka distribucije do zaključno s krajem lipnja ostvareni su prihodi od prodaje Cedevisa GO! u visini od 25 milijuna kuna. Istovremeno, valja istaknuti kako podaci iz panela maloprodaje istraživačke agencije Nielsen pokazuju da je u periodu travanj-svibanj 2009. godine, Cedevisa GO! naranča ubrzo nakon početka distribucije zauzela visoko četvrto mjesto na inače znatno fragmentiranom hrvatskom 'on-the-go tržištu' s 3,3 postotnim vrijednosnim tržišnim udjelom, pri čemu prvorangiran ima tek 12,2% vrijednosnog tržišnog udjela unutar 'on-the-go' kategorije (koja uključuje sva bezalkoholna pića u pakiranjima do 0,75l). Nadalje, period travanj-svibanj indicira udvostručenje prodaje po broju komada u odnosu na period veljača-ožujak na hrvatskom tržištu. Istovremeno, Atlantic Grupa vidi dodatne potencijale na hrvatskom tržištu uslijed lansiranja Cedevisa GO! s okusom limuna u lipnju, dok je na regionalnim tržištima distribucija istog započela početkom srpnja. Valja istaknuti kako lansiranjem Cedevisa GO!, Atlantic Grupa ne vidi mogućnost pojave kanibalizacije u kanalima prodaje u kojima je Cedevisa već prisutna budući da je svako pakiranje prilagođeno za posebnu priliku konzumacije (i) pakiranja 200g, 500g i 1.000g za konzumaciju u kućanstvu, (ii) pakiranje 15g za konzumaciju u HoReCa kanalu te (iii) pakiranje Cedevisa GO! za konzumaciju u pokretu.
- **Snaga Cedevisa branda** - budući da je ciljani potrošač Cedevisa GO! emotivno povezan s brandom Cedevisa kroz dugogodišnju tradiciju konzumacije u obitelji, valja istaknuti kako je prema podacima iz panela maloprodaje istraživačke agencije Nielsen vrijednosni tržišni udio Cedevisa branda unutar ukupnog tržišta vitaminskih instant napitaka u Hrvatskoj iznosio 91,8% u razdoblju travanj-svibanj 2009. godine te 84,5% u istom razdoblju na tržištu Slovenije. Podaci istraživačke agencije Canadean indiciraju kako je u 2008. godini Cedevisa bila drugo najkonzumiranije piće u segmentu bezalkoholnih pića (izuzev flaširane vode i mineralne vode) na hrvatskom tržištu gdje je godišnja konzumacija iznosila oko 12 litara per capita. Time je u Hrvatskoj, ocjenjuje Canadean, prisutna najviša per capita potrošnja u segmentu vitaminskih instant napitaka u Europi. Istovremeno su vitaminski instant napici obuhvatili približno 7% cjelokupne potrošnje bezalkoholnih pića u Hrvatskoj. Canadean procjenjuje godišnju per capita potrošnju Cedevisa i Multivite u Srbiji u 2008. godini na oko 1,3 litre, dok potrošnja vitaminskih instant napitaka čini oko 1% ukupne potrošnje bezalkoholnih pića. Pritom treba istaknuti kako Cedevisa drži 68 postotni tržišni volumni udio u Srbiji, dok u tandemu s brandom Multivita drži preko 90% tržišta u kategoriji vitaminskih instant napitaka. Na tržištu Slovenije, prema podacima Canadean-a, godišnja

per capita potrošnja Cedevite iznosila je 6,4 litre u 2008. godini, dok potrošnja vitaminskih instant napitaka čini oko 4% ukupne potrošnje bezalkoholnih pića.

- **Potencijal Cedevita branda na regionalnim tržištima** - uzevši u obzir (i) disparitet u per capita potrošnji između hrvatskog tržišta i tržišta u regiji te (ii) rast prepoznatljivosti branda na istima (primjerice rast količinske prodaje u Srbiji i Sloveniji iznosio je 26%, odnosno 8% u 2008. godini), Atlantic Grupa vidi značajan potencijal u ostvarenju prihoda od prodaje Cedevite na tržištima u regiji u srednje-do-dugoročnom razdoblju. Istovremeno, valja istaknuti kako kompanija vidi dodatne potencijale za Cedevitu zahvaljujući i novom distributivnom ugovoru koji je divizija Zdravlje i njega sklopila s tvrtkom Migros za distribuciju svog cjelokupnog asortimana na tržištu Kosova. Kosovska kompanija Migros distribuira brandove uključujući Nestle, Colgate Palmolive, Dr. Oetker, Jamnicu, Zvijezdu, Koestlin na kosovskom tržištu, a uz postojeću distribuciju u 2.200 prodajnih mjesta nedavno je započela i s distribucijom u HoReCa kanalu.

2. Fokusirano balansiranje distribucijskog portfelja

Distribucijski ugovori koje je Atlantic Grupa sklopila početkom 2009. godine ponajviše indiciraju kako domaći i inozemni principal percipiraju Atlantic Grupu kao stabilnog distribucijskog partnera s obzirom na (i) veličinu, snagu i diverzificiranost distribucijskog poslovanja, (ii) razvijenost distribucijske infrastrukture (centralno skladište u Jankomiru, regionalna pokrivenost), (iii) niže marginalne troškove distribucije te time i (iv) bolju pregovaračku poziciju. Istovremeno, indiciraju kako Atlantic Grupa fokusirano vodi računa o tri ključna elementa: (i) o balansiranju distribucijskog portfelja i to na način da kreira portfelj sastavljen od proizvoda pozicioniranih u višim i nižim cjenovnim kategorijama što se smatra nadasve važnim za ublažavanje oscilacija u prodaji prilikom izmjene ekonomskih ciklusa, (ii) o geografskoj diverzificiranosti distribucijskog portfelja te (iii) o selektivnom odabiru onih principala koji osiguravaju više no prosječnu profitabilnost za distribucijsko poslovanje. Shodno navedenom, novosklopljeni ugovori odnose se na potonje navedene.

- Daljnju **geografsku diverzifikaciju distribucijskog poslovanja** Atlantic Grupa postiže sklapanjem distribucijskog ugovora s jednim od vodećih globalnih proizvođača konditorskih **proizvoda Ferrero** za distribuciju brandova Nutella, Kinder, Ferrero Rocher i Mon Cheri na tržištu Slovenije. Značaj dobivanja ovog ugovora očituje se u tome što se Ferrero odlučio za Atlantic Grupu kao distribucijskog partnera i na slovenskom tržištu nakon dugogodišnje suradnje na hrvatskom tržištu. Potonje, time, samo dodatno potvrđuje gore navedene četiri osnovne karakteristike distributivnog poslovanja Atlantic Grupe. Početak distribucije planiran je u nadolazećem kolovozu 2009. godine.
- Snažniju **penetraciju u HoReCa distributivnom kanalu** Atlantic Grupa ostvaruje sklapanjem distributivnog ugovora s vodećom globalnom prehrambenom kompanijom **Nestle za brand NESCAFE**. Valja imati na umu kako je Atlantic Grupa u ovom segmentu fokusirana na selektivan odabir profitabilnih ugovora, pri čemu je sklapanje distributivnih ugovora usmjereno uglavnom na one

proizvode za koje kompanija može iskoristiti postojeću distributivno-logističku infrastrukturu. Istovremeno, s obzirom da distribucija u HoReCa kanalu ipak nosi više no prosječnu profitabilnost za distribucijsko poslovanje, Atlantic Grupa zadržava fokus na daljnje širenje istog kako u Hrvatskoj tako i u regiji, čiji su prihodi od prodaje u 2008. godini činili oko 10% prihoda od prodaje divizije Distribucija.

- Zajedno s otprije prisutnim principalom - Lorenz Bahlsen Snack World – Atlantic Grupa vjeruje u značajan potencijal rasta nove kategorije u distribucijskom portfelju - **Karolinog asortimana (keksi i slani snack)** - upravo zbog povoljne cjenovne pozicioniranosti istog kao i tradicionalne prepoznatljivosti Karolininih brandova – Jadro, Bobi i Moto – u redizajniranim pakiranjima. Posljedično, od početka distribucije u veljači ove godine, prodaja istih bilježi kontinuirani rast iz mjeseca u mjesec.

3. Inovativna proizvodna linija u diviziji Sportske i aktivne prehrane

Razvoj proizvoda u sklopu linije proizvoda izdržljivosti – Active Multipower – indicira ponajviše fokus divizije Sportska i aktivna prehrana na kontinuirane inovacije u proizvodnom portfelju. Istovremeno, sugerira dvije osnovne strateške tendencije Multipowera: (i) ekspanziju potrošačke baze budući da se obraća širem krugu sportaša (poput primjerice biciklista, joggera, triatlonaca, itd.) van teretana i fitness centara te također (ii) daljnji razvoj novih trendova u segmentu sportske i aktivne prehrane koji nisu više isključivo fokusirani na primjerice oblikovanje muskulature, odnosno body-building. Također valja istaknuti kako Multipower uz svoje dugogodišnje distribucijske partnere surađuje i s svjetski poznatim proizvođačem biciklističke opreme – Shimanom – u distribuciji nove linije izdržljivosti u zemljama Beneluksa, Francuske, Skandinavije i Poljske.

Generalno govoreći, uz postepenu promjenu percepcije prosječnog potrošača o sportskoj i aktivnoj prehrani, Multipower se kontinuirano sve više i više približava potrošaču orijentiranom na zdrav život, dok istovremeno ostaje prisutan u segmentu potrošača orijentiranih na postizanje vrhunskih sportskih rezultata. U srednjoročnom razdoblju, Atlantic Grupa vidi tržišta Rusije i Skandinavije s značajnim potencijalom razvoja u segmentu sportske i aktivne prehrane.

4. Veledrogerijsko poslovanje unutar Pharma divizije

U prvom polugodištu 2009. godine formira se Fidifarm veledrogerija s diferenciranim strateškim fokusom na asortiman dodataka prehrani, bezreceptnih (OTC) lijekova te ostalih proizvoda čija je distribucija organizirana kroz ljekarnički kanal (npr. medicinska kozmetika, medicinska pomagala, dio asortimana robe široke potrošnje i sl.) primarno kroz ekskluzivne distribucijske ugovore. Dodatni fokus veledrogerije je pozicioniranje brandova unutar ljekarničkih jedinica i pružanje usluga trade marketinga. Navedena diferencirana poslovna strategija omogućava Fidifarm veledrogeriji fokus na tržišnu nišu (OTC i dodaci prehrani) u veledrogerijskom poslovanju koja čini oko 14% prometa, budući da tržišno najveći veledrogerijski akteri na domaćem tržištu ukupne vrijednosti u visini od 4,5 milijarde kuna primjenjuju konvencionalni poslovni pristup koji obuhvaća fokus na receptne lijekove (čine oko 75% njihove prodaje) te poslovanje bez ekskluzivnih distribucijskih ugovora. Istovremeno, valja istaknuti kako segment u fokusu



Fidifarm veledrogerije nosi višu no prosječnu profitabilnost u veledrogerijskom poslovanju. Fidifarm veledrogerija ocjenjuje potencijal hrvatskog tržišta značajnim s 1.005 ljekarničkih jedinica, 120 specijaliziranih prodavaonica te brojnim bolnicama i drugim specijaliziranim institucijama (npr. domovi za starije i nemoćne, i sl.), pa shodno navedenom cilja na niži jednoznamenasti postotni tržišni udio u ukupnom veledrogerijskom poslovanju (uključujući receptni, bezreceptni asortiman i asortiman dodataka prehrani) u srednjoročnom razdoblju. Detektiravši tržišnu nišu, ulazak u veledrogerijsko poslovanje dodatno je potaknut: (i) postizanjem vertikalne integracije unutar same Pharma divizije: proizvodnja (Dietpharm) – distribucija (Fidifarm) – trgovina na malo (ljekarničke jedinice i specijalizirane prodavaonice Farmacia), (ii) mogućnošću ostvarivanja troškovne optimizacije unutar same kompanije u budućem razdoblju kroz sinergije (objedinjavanje distribucije proizvoda usmjerenih na ljekarnički kanal u jednoj poslovnoj organizaciji) te (iii) mogućnošću ispitivanja i potom primjene komparativnih prednosti koje kompanija posjeduje u distribuciji robe široke potrošnje (uključujući pregovaračku moć, ekonomiju obujma te znanje o distribuciji) također u veledrogerijskom poslovanju.

5. Ostali događaji

Prema odluci Glavne skupštine dioničara Atlantic Grupe d.d., održanoj 15. lipnja 2009. godine, dio neto dobiti iz 2008. godine u iznosu od 17.262.266 kuna rasporedio se na ime isplate dividende, odnosno 7,0 kuna po dionici, dioničarima Društva razmjerno broju dionica u njihovom vlasništvu. Dividenda je potom isplaćena 24. lipnja 2009. godine.

Sredinom lipnja, Uprava Atlantic Grupe dobila je novog člana – Tomislava Matusinovića – koji je s mjesta dotadašnjeg izvršnog direktora za diviziju Zdravlje i njega imenovan članom Uprave i potpredsjednikom Atlantic Grupe za diviziju Zdravlje i njega. Shodno posljednjem imenovanju, Uprava Atlantic Grupe danas broji 8 članova: (i) predsjednik Uprave, (ii) stariji potpredsjednik za operativno poslovanje, (iii) 4 potpredsjednika zadužena za svaku od divizija: Distribucija, Zdravlje i njega, Sportska i aktivna prehrana te Pharma i (iv) 2 potpredsjednika za korporativne funkcije podrške: za financije i za korporativne aktivnosti.

DINAMIKA PRODAJE u prvom polugodištu 2009. godine

Profil prodaje po divizijama

u tisućama kuna

1H09	Distribucija	Zdravlje i njega	Sportska i aktivna prehrana	Pharma	Grupa
Bruto prodaja	616.180	262.272	247.190	150.804	1.276.447
Prodaja među segmentima					215.380
Konsolidirana prodaja					1.061.066
1H08					
Bruto prodaja	533.453	243.247	239.046	137.945	1.153.691
Prodaja među segmentima					202.310
Konsolidirana prodaja					951.380
Promjena 1H09/1H08					
Bruto prodaja	15,5%	7,8%	3,4%	9,3%	10,6%
Prodaja među segmentima					6,5%
Konsolidirana prodaja					11,5%

Atlantic Grupa ostvarila je **11,5 postotni godišnji rast prihoda od prodaje** na iznos od **1.061,1 milijun kuna** u prvom polugodištu 2009. godine na krilima rasta prihoda od prodaje ponajviše u diviziji Distribucija, no potaknuta rastom i u ostale tri divizije.

- **Divizija Distribucija** bilježi najbrži rast prihoda od prodaje u visini od 15,5% ponajviše podržana novim distribucijskim ugovorima te novim proizvodima razvijenim unutar kompanije poput primjerice Cedevite GO!. Vrijednosno najznačajniji novi distribucijski ugovor se pritom odnosi na distribuciju Karolininog slanog i slatkog snacka s kojom je Atlantic Grupa započela u veljači ove godine. U narednom razdoblju dodatni zamah prihodima od prodaje ove divizije trebala bi osigurati distribucija Ferrero asortimana na tržištu Slovenije početkom kolovoza.
- Prihodi od prodaje **divizije Zdravlje i njega** bilježe 7,8 postotni rast potaknut među ostalim i lansiranjem Cedevite GO! tijekom prvog polugodišta na svim tržištima u regiji te rastom prodaje Multivitinih proizvoda na tržištu Rusije.
- **Divizija Sportske i aktivne prehrane** ostvarila je 3,4 postotni rast prihoda od prodaje s tržištima Rusije, Austrije i Švedske kao najznačajnijim generatorima rasta. Pritom valja istaknuti kako tržište Rusije ostvaruje rast nakon uspješno provedene registraciji Multipower-ovog proizvodnog asortimana, zahvaljujući dobroj pozicioniranosti istog.

- U **diviziji Pharma** zabilježen je 9,3 postotni rast prihoda od prodaje odražavajući pritom ponajviše 12,4 postotni rast prihoda od prodaje ljekarničkog lanca Farmacia. Uz niži jednoznamenasti postotni rast postojećih ljekarničkih jedinica na godišnjoj razini, snažan rast došao je od novootvorenih jedinica. Naime, tijekom prvog polugodišta Atlantic Grupa je otvorila 4 specijalizirane prodavaonice (u Zagrebu, Sisku, Velikoj Gorici i Samoboru) s asortimanom od dominantno bezreceptnih lijekova, medicinske kozmetike i dodataka prehrani, u skladu sa srednjoročnim ciljem povećanja udjela bezreceptnih lijekova u ukupnim prihodima od prodaje. U istom razdoblju, Atlantic Grupa je također otvorila jednu ljekarnu u Zagrebu (Gračani) na temelju prošlogodišnjih akviriranih licenci. Posljedično, ljekarnički lanac Farmacia danas objedinjava 33 ljekarničke jedinice i 6 specijaliziranih prodavaonica.

Pregled prodaje po tržištima

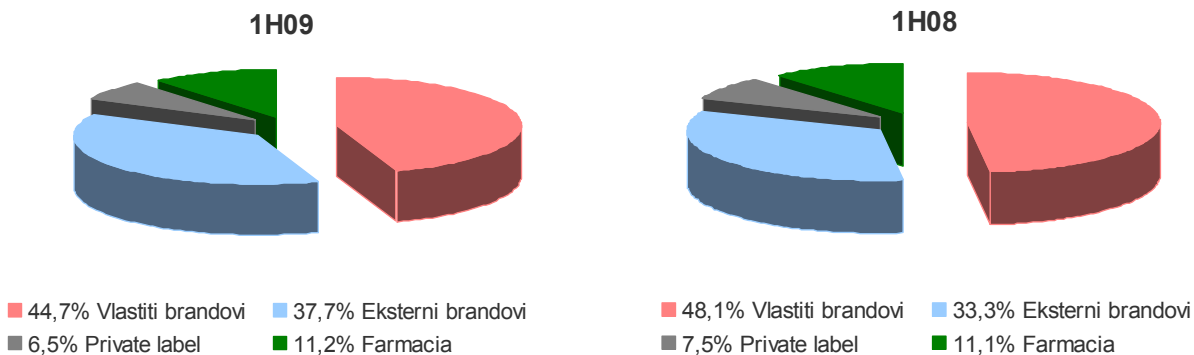
U milijunima kuna	1H09	% prihoda od prodaje	1H08	% prihoda od prodaje	Promjena 09/08	u CER
Hrvatska	656,9	61,9%	585,9	61,6%	12,1%	
Njemačka	123,0	11,6%	118,9	12,5%	3,5%	1,8%
Srbija	55,7	5,3%	45,6	4,8%	22,1%	39,2%
Slovenija	30,5	2,9%	24,7	2,6%	23,3%	19,2%
Bosna i Hercegovina	40,0	3,8%	34,2	3,6%	16,9%	13,7%
Velika Britanija	19,5	1,8%	23,6	2,5%	-17,1%	-7,7%
Italija	23,0	2,2%	22,1	2,3%	4,1%	2,4%
Ostale države	112,4	10,6%	96,4	10,1%	16,6%	
Ukupna prodaja	1.061,1	100,0%	951,4	100,0%	11,5%	

- Vrijednosno najveće tržište s 61,9 postotnim udjelom u ukupnim prihodima od prodaje – **Hrvatska** – bilježi 12,1 postotni rast na 656,9 milijuna kuna prvenstveno zahvaljujući (i) novim distributivnim kategorijama u diviziji Distribucija, (ii) lansiranju Cede vite GO! u novi distribucijski kanal te (iii) rastu prihoda od prodaje ljekarničkih jedinica i novootvorenih specijaliziranih prodavaonica.
- Tržište **Srbije** bilježi najviši rast prihoda od prodaje u CER (bez utjecaja promjene tečaja) iznosu od 39,2% na 55,7 milijuna kuna potaknuto (i) lansiranjem Cede vite GO!, (ii) rastom prodaje Cede vite posebice u HoReCa kanalu, ali i u maloprodaji te (iii) novim principalima. Pritom je tržište Srbije kao pojedinačno tržište ostvarilo najviši doprinos rastu ukupnih prihoda od prodaje u kunama u iznosu od 106 baznih bodova. Snažnu stopu rasta prihoda od prodaje u CER iznosu ostvarilo je i tržište **Slovenije** od 19,2%, dok se kao generatori rasta također ističu Cede vita GO!, rast HoReCa kanala te rast prodaje eksternih brandova.
- Na ključnim **Zapadnoeuropskim tržištima**, tržište **Njemačke** bilježi rast prihoda od prodaje od 1,8% u CER iznosu, unatoč gospodarskoj kontrakciji u prvom kvartalu 2009. godine, uz 16 postotni rast prihoda od prodaje drugog najvećeg branda divizije Sportska i aktivna prehrana - Champa. Tržište **Italije** bilježi rast od 2,4% u CER iznosu, unatoč značajno pogoršanim makroekonomskim uvjetima, dok tržište

Velike Britanije bilježi pad u visini od 7,7% u CER iznosu ponajviše uslijed obustave prodaje jednom od ključnih kupaca tijekom pregovora o obnovi ugovora koji su u svibnju uspješno okončani.

- Snažan rast prihoda od prodaje u iznosu od 16,6% u segmentu **Ostalih država** prvenstveno reflektira rast prodaje Multivitinih proizvoda na tržištu Rusije, kao i Multipowerovih na potonjem tržištu te u Austriji i Švedskoj. Pritom su ostala tržišta ostvarila najviši doprinos rastu ukupnih prihoda od prodaje u visini od 168 baznih bodova.

Profil prodaje



- U prvom polugodištu 2009. godine **vlastiti brandovi** kompanije čine dominantnih 44,7% ukupnih prihoda od prodaje, što je pak u skladu sa strateškim opredjeljenjem kompanije. Pritom su isti ostvarili rast prihoda od prodaje u visini od 3,5% prvenstveno zahvaljujući (i) lansiranju inovativnog proizvoda pod okriljem Cedevida branda – Cedevida GO!, (ii) dvoznamenkastim stopama rasta branda u diviziji Sportske i aktivne prehrane – Champa te (iii) rastu Multivitinog asortimana unutar divizije Zdravlje i njega.
- **Eksterni brandovi** bilježe 26,1 postotni rast prihoda od prodaje te shodno tome 436 baznih bodova viši udjel u ukupnim prihodima od prodaje ponajviše uslijed novih distributivnih grupa poput Karolininog asortimana.
- Segment **privatnih robnih marki (private label)** bilježi daljnji pad udjela u ukupnim prihodima, uslijed pada prihoda od prodaje u visini od 3,1%. Nastavak trenda iz 2008. godine posljedica je smanjenja prodaje onih privatnih robnih marki koje nose nižu profitabilnost.
- Uslijed 12,4% viših prihoda od prodaje posljedično na otvaranje novih specijaliziranih prodavaonica te nove ljekarne u tandemu s rastom postojećih ljekarničkih jedinica, **Farmacia** ostvaruje 11,2 postotni udio u ukupnim poslovnim prihodima.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI u prvom polugodištu 2009. godine

U milijunima kuna	1H09	1H08	Promjena 1H09/1H08
Prodaja	1.061,1	951,4	11,5%
EBITDA	97,0	80,5	20,6%
EBITDA bez jednokratnog utjecaja	87,2	80,5	8,3%
EBIT	76,9	59,8	28,6%
EBIT bez jednokratnog utjecaja	67,1	59,8	12,1%
Neto dobit	48,1	34,8	38,1%
Neto dobit bez jednokratnog utjecaja	38,2	34,8	9,8%
<i>Profitne marže</i>			
EBITDA marža	9,1%	8,5%	+69 bps
EBITDA marža bez jednokratnog utjecaja	8,2%	8,5%	-24 bps
EBIT marža	7,3%	6,3%	+96 bps
EBIT marža bez jednokratnog utjecaja	6,3%	6,3%	+3 bps
Neto profitna marža	4,5%	3,7%	+87 bps

Ključne odrednice:

- Atlantic Grupa bilježi snažan rast **operativne profitabilnosti (EBIT)** u prvom polugodištu 2009. godine u iznosu od 28,6% na 76,9 milijuna kuna. Pritom se rast djelomično odnosi na jednokratnu dobit u iznosu od 9,9 milijuna kuna ostvarenu pri otkupu manjinskog udjela u Cedeviti od njemačke razvojne banke DEG. Naime, u siječnju 2009. godine Atlantic Grupa je stekla dodatnih 30% udjela u Cedeviti d.o.o., čime je udio Atlantic Grupe u ovisnom društvu Cedevita d.o.o. povećan na 81%. **Isključivši navedeni jednokratni utjecaj, EBIT bilježi rast od 12,1%.**
- Rast operativne profitabilnosti bez jednokratnog utjecaja reflektira **nastavak fokusa kompanije na ostvarivanje troškovnih ušteda**, što se pak nameće kao imperativ u trenutnim makroekonomskim okolnostima. Shodno navedenom, u prvom polugodištu 2009. kompanija je poduzela sljedeće aktivnosti:
 - ✓ Proizvodnja granula u Multiviti premještena je iz dosadašnjeg ugovornog proizvođača - Hemofarma - u Cedevitina proizvodna postrojenja.
 - ✓ Izvršen je outsourcing proizvodnje čajeva u sklopu Cedevita branda.
 - ✓ U sklopu divizije Pharma, kompanija je pokrenula veledrogerijsko poslovanje na hrvatskom tržištu uz istovremeno preuzimanje distribucije Dietpharmovih proizvoda u Srbiji od vanjskog, odnosno ugovornog distributera.

- ✓ Od ožujka ove godine intenzivno se radi na izgradnji proizvodnog pogona za proizvodnju kozmetike i proizvoda za osobnu njegu u okviru Neve na Fidifarmovoj lokaciji u Rakitju, pri čemu će investicija u konačnici omogućiti efikasniju proizvodnju Nevinog asortimana. Novi pogon, koji se prostire na 2.700 četvornih metara te je koncipiran u dvije proizvodne etaže, trebao bi biti pušten u rad na jesen. Prodajom Nevine prijašnje lokacije, Atlantic Grupa će u 2009. godini ostvariti dobit u visini od oko 45 milijuna kuna te pozitivan novčani tijek u visini od otprilike 30 milijuna kuna.

Struktura operativnih troškova

U milijunima kuna	1H09	% prihoda od prodaje 1H09	1H08	% prihoda od prodaje 1H08	Promjena 09/08
Nabavna vrijednost prodane robe	486,7	45,9%	419,8	44,1%	15,9%
Proizvodni materijal i energija i promjene vrijednosti zaliha	136,8	12,9%	132,4	13,9%	3,3%
Usluge	77,7	7,3%	59,5	6,2%	30,7%
Troškovi osoblja	159,5	15,0%	146,5	15,4%	8,9%
Troškovi marketinga i prodaje	84,5	8,0%	81,0	8,5%	4,4%
Ostali operativni troškovi	44,2	4,2%	41,9	4,4%	5,4%
Ostali dobici/gubici - neto	- 10,8	-1,0%	0,1	0,0%	
Ukupni operativni troškovi	978,6	92,2%	881,1	92,6%	11,1%

Shodno navedenoj troškovnoj optimizaciji, udio **operativnih troškova** u prihodima od prodaje u prvom polugodištu 2009. godine iznosio je 92,2% prema 92,6% u istom razdoblju prošle godine. Pojedinačno promatrajući, valja istaknuti slijedeće:

- Rast udjela nabavne vrijednosti prodane robe u prihodima od prodaje na 45,9% s 44,1% u prvom polugodištu 2008. godine odražava daljnje promjene u proizvodnom miksu posljedično na novootvorene specijalizirane prodavaonice i jednu ljekarničku jedinicu. Naime, valja imati na umu kako je nabavna vrijednosti prodane robe uz trošak zaposlenih najveća pojedinačna troškovna stavka u ljekarničkom poslovanju.
- Porast troškovne stavke proizvodnog materijala i energije te promjena vrijednosti zaliha ponajviše reflektira povećanu proizvodnju Neve s ciljem stvaranja dostatnih zaliha potrebnih zbog prijenosa proizvodnje Neve na lokaciju Rakitje uslijed čega je proizvodnja Neve obustavljena na par mjeseci.
- Udio troškova usluga u prodaji povećao se na 7,3% u odnosu na prošlogodišnjih 6,2% ponajviše zbog proizvodnih usluga vezanih uz Cedevitu GO! (npr. usluge punjenja bočica vodom).

- Unatoč novim zapošljavanjima ponajviše u divizijama Distribucija i Pharma tijekom prvog polugodišta, čime je broj zaposlenika Atlantic Grupe porastao na 1.847 s 1.672 na kraju 2008. godine, udio troškova zaposlenih spušten je na 15,0% prihoda od prodaje s 15,4% lani.
- Unatoč početku marketinške kampanje za Cedevitu GO! tijekom proljeća, Atlantic Grupa bilježi tek blagi rast marketinških troškova i posljedični pad udjela istih u prihodima od prodaje Grupe na 8,0% s 8,5% lani, reflektirajući time (i) korištenje sinergija u vidu kreiranja marketinške kampanje Cedevite GO! u okviru cjelokupnog Cedevita branda te (ii) racionalnost u segmentu marketinških aktivnosti.

Operativna profitabilnost divizija bez jednokratne dobiti

U milijunima kuna	1H09	1H08	Promjena 09/08
Distribucija	8,7	6,6	32,3%
Zdravlje i njega	44,9	32,4	38,5%
Sportska i aktivna prehrana	9,5	7,9	21,2%
Pharma	3,9	12,9	-69,7%
EBIT	67,1	59,8	12,1%
Nealocirano	0,0	0,0	
Grupni EBIT	67,1	59,8	12,1%

- Snažan rast operativne profitabilnosti **divizija Distribucija, Zdravlje i njega te Sportska i aktivna prehrana** ponajviše reflektira rezultate provedene troškovne optimizacije. Pritom treba istaknuti slijedeće:
 - ✓ Snažan rast operativne profitabilnosti **divizije Distribucija** prvenstveno reflektira direktne posljedice prošlogodišnjih optimizacijskih aktivnosti poput poboljšanja u distribucijsko-logističkim procesima uslijed unajmljivanja centralnog skladišta ukupne površine 1.000 kvadrata na Jankomiru. Pomak se najviše očituje u tome što je centralizacijom otklonjena potreba unajmljivanja manjih skladišta, a ujedno je omogućena znatno efikasnija kontrola i manipulacija robe.
 - ✓ Najznačajnije poboljšanje operativne profitabilnosti bilježi **divizija Zdravlje i njega** koja pak odražava poboljšanje operativnih procesa poduzetih kako u prošloj tako i u ovoj godini. Naime, spomenuti procesi se primjerice odnose na (i) prijenos proizvodnje komprimata iz Njemačke u Cedevitina proizvodna postrojenja, (ii) prijenos proizvodnje granula u Multiviti iz dosadašnjeg ugovornog proizvođača u proizvodna postrojenja Cedevite te (iii) outsourcing proizvodnje čajeva u sklopu Cedevita branda. Dodatno, efikasnija proizvodnja Neve na novoj proizvodnoj lokaciji bi se također trebala pozitivno odraziti na operativne rezultate u narednim razdobljima.

- ✓ Nakon rasta u 2008. godini (+81% na godišnjoj razini), operativna dobit **divizije Sportska i aktivna prehrana** nastavlja uzlaznim trendom i u prvom polugodištu 2009. godine ponajviše posljedično na reorganizacijske aktivnosti te dovršeno restrukturiranje iste u 2008. godini nakon akvizicije u 2005. godini. Istovremeno, nastavljen je trend iz 2008. godine vezan uz smanjenje prodaje onih privatnih robnih marki koje nose nižu profitabilnost.
- **Divizija Pharma** bilježi očekivano nižu operativnu dobit u prvom polugodištu 2009. godine posljedično na dodatne investicije uslijed slijedećih aktivnosti:
 - ✓ Pokretanje veledrogerijskog poslovanja zahtijevalo je dodatne investicije u infrastrukturu uključujući (i) nova zapošljavanja te popratan rast troškova, (ii) troškove najma te (iii) dodatne logističke troškove. Valja istaknuti da kompanija očekuje da će prethodno provedeno ulaganje u veledrogerijsku infrastrukturu ostvariti doprinos rezultatima Atlantic Grupe u narednim razdobljima. Vlastito veledrogerijsko poslovanje rezultiralo je također restrukturiranjem prodajne organizacije Dietpharma preskakanjem vanjskog veledrogerijskog posrednika u Hrvatskoj. Ove promjene su uzrokovale smanjenje zaliha kod vanjskih veledrogerija/distributera te time i manju prodaju Dietpharmovih proizvoda od strane Atlantic Grupe. Istovremeno, valja napomenuti da isto nije imalo utjecaja na prodaju Dietpharmovih proizvoda krajnjim kupcima (IMS) koja je zadržana na prošlogodišnjem nivou, što je pak značajno bolje u odnosu na konkurenciju. Kompanija očekuje da će navedeni negativni utjecaj na operativnu profitabilnost divizije biti nadoknađen u narednim razdobljima.
 - ✓ Investicije u novootvorene specijalizirane prodavaonice poput novih zapošljavanja i popratnih troškova te novih najmova, viših režijskih troškova i sl. također su doprinijele nižoj operativnoj dobiti divizije. Pritom valja imati na umu da nakon posložene cjelokupne infrastrukture, kompanija očekuje zamah i u prodajnim rezultatima istih.

FINANCIJSKI POKAZATELJI u prvom polugodištu 2009. godine

U milijunima kuna	1H09	1H08
Neto dug	296,4	297,1
Ukupna imovina	1.746,5	1.485,7
Vlasnička glavnica i manjinski interesi	712,9	620,9
Pokriće troška kamata*	6,0	6,1
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,60	1,45
Odnos neto duga i kapitala	29,4%	32,4%
Capex	47,9	34,4
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	27,5	28,1

*Bez jednokratne dobiti

U uvjetima generalno otežane likvidnosti te nepovoljne situacije na financijskim tržištima, menadžment posebnu pažnju posvećuje:

- ✓ Održavanju stabilnog novčanog toka iz poslovnih aktivnosti
- ✓ Korištenju raspoloživih instrumenata zaštite od kamatnih rizika (trošak dugoročnih financijskih obveza fiksiran je na razini ispod 5%)
- ✓ Održavanju povoljne strukture duga s većim dijelom dospjeća tek u 2011. godini
- ✓ Namjeni raspoloživih oko 200 milijuna kuna slobodnih novčanih sredstava na nove akvizicije i financiranje capex-a

OČEKIVANJA za 2009. godinu

Uzevši u obzir negativna gospodarska kretanja na svim tržištima na kojima Atlantic Grupa posluje te ponajviše na dominantno najvećem - hrvatskom tržištu - koje bilježi pad BDP-a u prvom ovogodišnjem kvartalu za 6,7% popraćeno padom osobne potrošnje za 9,9% i s prognozama Hrvatske narodne banke o ovogodišnjem padu BDP-a za 5%, menadžment Atlantic Grupe u trenutnim uvjetima strateški fokusira svoje napore na tri ključne komponente: (i) kreiranje novih prilika kako za organski rast tako i rast putem akvizicija, (ii) troškovnu efikasnost te (iii) financijsku stabilnost koja osigurava fleksibilnost za razvoj inicijativa za dugoročni rast kompanije.

Istovremeno, menadžment Atlantic Grupe skenira potencijalne akvizicije u onim segmentima koji se strateški uklapaju u daljnji razvoj kompanije, posebice u uvjetima ispuhane akvizicijskih premija.

Uzevši u obzir ostvarene rezultate u prvoj polovici godine, Atlantic Grupa zadržava ranije komunicirana očekivanja za 2009. godinu.

U milijunima kuna	2009 Plan	2008	Promjena 09/08
Prihodi	2.166	2.024	7,0%
Prodaja	2.143	2.003	7,0%
EBITDA	194	169	14,3%
EBIT	147	129	13,4%

Navedena očekivanja su na organskoj razini, dok očekivanja za operativnu dobit ne uključuju jednokratne pozitivne utjecaje iz prvog kvartala i očekivanu neto dobit u iznosu od otprilike 45 milijuna kuna od prodaje proizvodne lokacije Neve i njenog preseljenja na lokaciju u Rakitju.

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI
ZA ŠESTOMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 30. LIPNJA 2009.
(NEREVIDIRANO)**

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2009	Sij.-Lip. 2008	Indeks	Tra.-Lip. 2009	Tra.-Lip. 2008	Indeks
Ukupan prihod	1.075.633	961.621	111,9	577.181	518.886	111,2
Prihod od prodaje	1.061.066	951.380	111,5	569.519	514.336	110,7
Ostali prihodi	14.567	10.241	142,2	7.662	4.550	168,4
Poslovni rashodi	978.606	881.150	111,1	534.838	478.278	111,8
Nabavna vrijednost prodane robe	486.701	419.791	115,9	257.027	224.390	114,5
Promjena vrijednosti zaliha	-25.368	-4.845	523,6	-15.220	-963	n/p
Proizvodni materijal i energija	162.133	137.209	118,2	87.796	75.233	116,7
Usluge	77.690	59.450	130,7	42.958	31.756	135,3
Troškovi osoblja	159.526	146.527	108,9	83.891	77.538	108,2
Troškovi marketinga i prodaje	84.526	80.962	104,4	51.661	49.199	105,0
Ostali troškovi	44.205	41.923	105,4	24.623	22.511	109,4
Ostali (dobici)/gubici - neto	-10.807	133	n/p	2.102	-1.386	-151,7
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	97.027	80.471	120,6	42.343	40.608	104,3
Amortizacija dugotrajne materijalne imovine	14.848	15.760	94,2	7.623	7.968	95,7
Amortizacija dugotrajne nematerijalne imovine	5.250	4.897	107,2	2.482	2.408	103,1
Dobit iz poslovanja	76.929	59.814	128,6	32.238	30.232	106,6
Rashodi od financiranja - neto	13.104	12.533	104,6	-1.162	5.973	-19,5
Dobit prije poreza	63.825	47.281	135,0	33.400	24.259	137,7
Porez na dobit	15.746	12.460	126,4	9.566	7.345	130,2
Neto dobit	48.079	34.821	138,1	23.834	16.914	140,9
Pripada:						
Manjinskim udjelima	6.520	7.072	92,2	4.590	3.884	118,2
Dioničarima Društva	41.559	27.749	149,8	19.244	13.030	147,7
Zarada po dionici od dobiti raspoložive dioničarima Društva u toku razdoblja						
- osnovna	16,86	11,25		7,81	5,28	
- razrijeđena	16,86	11,25		7,81	5,28	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O UKUPNO PRIZNATOM PRIHODU

u tisućama kuna, nerevidirano	Sij.-Lip. 2009	Sij.-Lip. 2008	Indeks	Tra.-Lip. 2009	Tra.-Lip. 2008	Indeks
Neto dobit	48.079	34.821	138,1	23.834	16.914	140,9
Tečajne razlike	-1.852	109	n/p	-2.451	1.115	-219,8
Ukupno priznati prihod	46.227	34.930	132,3	21.383	18.029	118,6
Pripada:						
Manjinskim udjelima	-157	1		-539	27	
Dioničarima Društva	-1.695	108		-1.912	1.088	

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O FINANCIJSKOJ POZICIJI

u tisućama kuna, nerevidirano	30. lipnja 2009.	31. prosinca 2008.
Dugotrajna materijalna imovina	274.577	242.109
Nematerijalna imovina	408.166	412.795
Financijska imovina raspoloživa za prodaju	35.041	35.041
Ulaganja u zajedničke pothvate	21	185
Potraživanja	12.405	5.097
Odgođena porezna imovina	7.061	9.293
Dugotrajna imovina	737.271	704.520
Zalihe	289.065	232.616
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	522.905	508.791
Imovina namijenjena prodaji	-	8.047
Potraživanja za porez na dobit	4.948	1.599
Novac i novčani ekvivalenti	192.301	200.193
Kratkotrajna imovina	1.009.219	951.246
Ukupna imovina	1.746.490	1.655.766
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima glavnice Atlantic Grupe d.d	683.281	661.776
Vlasnička glavnica raspodjeljiva imateljima manjinskog interesa	29.623	49.200
Dugoročni dug	388.771	390.456
Odgođena porezna obveza	9.498	9.870
Rezerviranja	5.480	5.333
Dugoročne obveze	403.749	405.659
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	510.020	408.612
Obveze po kratkoročnim kreditima	99.929	100.929
Tekuća obveza poreza na dobit	9.472	8.958
Rezerviranja	10.416	20.632
Kratkoročne obveze	629.837	539.131
Ukupne obveze	1.033.586	944.790
Ukupno vlasnička glavnica i obveze	1.746.490	1.655.766

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENI GLAVNICE

<i>u tisućama kuna, nerevidirano</i>	Od dioničara Društva				Manjinski udjeli	Ukupno
	Dionički kapital	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno		
Stanje 1. siječnja 2008	409.591	4.875	191.094	605.560	45.969	651.529
Neto dobit za razdoblje	-	-	27.749	27.749	7.072	34.821
Ostali priznati prihodi	-	108	-	108	1	109
Ukupno priznati prihod	-	108	27.749	27.857	7.073	34.930
Otkup vlastitih dionica	-979	-	-	-979	-	-979
Dividenda za 2007. godinu	-	-	-11.587	-11.587	-6.731	-18.318
Stanje 30. lipnja 2008	408.612	4.983	207.256	620.851	46.311	667.162
Stanje 1. siječnja 2009	408.200	1.325	252.251	661.776	49.200	710.976
Neto dobit za razdoblje	-	-	41.559	41.559	6.520	48.079
Ostali priznati prihodi	-	-1.695	-	-1.695	-157	-1.852
Ukupno priznati prihod	-	-1.695	41.559	39.864	6.363	46.227
Otkup od manjinskih dioničara	-	-	-	-	-23.316	-23.316
Isplata s temelja dionica	-887	-	579	-308	-	-308
Otkup vlastitih dionica	-789	-	-	-789	-	-789
Dividenda za 2008. godinu	-	-	-17.262	-17.262	-2.624	-19.886
Stanje 30. lipnja 2009	406.524	-370	277.127	683.281	29.623	712.904

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama kuna, nerevidirano	Siječanj - Lipanj 2009.	Siječanj - Lipanj 2008.
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit	48.079	34.821
Porez na dobit	15.746	12.460
Amortizacija	20.098	20.657
Dobit od otkupa manjinskog interesa	-9.856	-
Vrijednosna usklađenja kratkotrajne imovine	8.197	5.713
Smanjenje rezerviranja za rizike i troškove	-10.069	-6.973
Prihodi od kamata	-5.802	-3.935
Rashodi od kamata	14.593	13.156
Ostale nenovčane promjene	-2.875	425
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	-62.222	-39.663
Povećanje kratkoročnih potraživanja	-28.640	-53.835
Povećanje kratkoročnih obveza	71.710	70.682
Plaćene kamate	-14.609	-12.814
Plaćeni porez	-16.843	-12.588
Neto novac iz poslovnih aktivnosti	27.507	28.106
Novčani tok iz ulagačkih aktivnosti		
Povećanje dugotrajne nematerijalne i materijalne imovine	-47.928	-34.370
Primici od avansa za prodaju materijalne imovine	29.718	-
Stjecanje ovisnog društva umanjeno za stečeni novac	-	-194.769
Primici od danih kredita i depozita, neto	1.231	3.505
Primici od dividende	164	-
Primljene kamate	3.572	3.953
Neto novac korišten za ulagačke aktivnosti	-13.243	-221.681
Novčani tok iz financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	-789	-979
Primici kredita banaka	17.509	16.415
Otplata kredita banaka	-18.990	-159.243
Isplata dividende manjinskim dioničarima	-2.624	-
Isplata dividende dioničarima društva	-17.262	-11.587
Neto novac korišten za financijske aktivnosti	-22.156	-155.394
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	-7.892	-348.969
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	200.193	399.837
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	192.301	50.868

BILJEŠKA 1 - OPĆI PODACI

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

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

Sažete konsolidirane izvještaje za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2009. godine odobrila je Uprava u Zagrebu 17. srpnja 2009. godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji Grupe za šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2009. godine sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine.

Sažeti konsolidirani izvještaji ne uključuju sve podatke i objave koji su obavezni za godišnje konsolidirane financijske izvještaje te ih se treba čitati zajedno s konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe na dan 31. prosinca 2008. godine.

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

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

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Atlantic Grupe na dan 31. prosinca 2008. godine, osim usvajanja novih Standarda i tumačenja koji su na snazi od 1. siječnja 2009. godine, kako je prikazano ispod:

MRS 1 (Prerađen) – Prezentiranje financijskih izvještaja

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

BILJEŠKA 2 - OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)

2.2. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE (nastavak)

MSFI 2 (Dodatak) – Plaćanja temeljena na dionicama

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

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

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

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA

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

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

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

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

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

Menadžment prati rezultate poslovanja pojedinih poslovnih jedinica radi donošenja odluka o raspodjeli resursa i ocjenjivanja uspjeha. Ocjenjivanje uspjeha divizije temeljeno je na dobiti ili gubitku iz poslovanja koji se, u određenoj mjeri, kao što je i objašnjeno u sljedećoj tablici, mjeri drugačije od dobiti ili gubitka iz poslovanja u konsolidiranim financijskim izvještajima. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja, udjelom u dobiti zajedničkih pothvata i porezom na dobit te oni nisu alocirani po poslovnim segmentima.

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

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINACIJSKE IZVJEŠTAJE

BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)

Šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2009. (u tisućama kuna)	Distribucija	Zdravlje i njege	Sportska i aktivna prehrana	Pharma	Usklada	Grupa
Bruto prodaja /i/	621.844	265.909	251.413	152.245	4.439	1.295.850
Prodaja među segmentima /ii/	10.268	202.277	1.300	6.372	-	220.217
Ukupno prihodi	611.576	63.632	250.113	145.873	4.439	1.075.633
Dobit iz poslovanja prije amortizacije /iii/	13.627	54.492	12.532	6.524	9.852	97.027
Amortizacija	4.929	9.573	2.983	2.613	-	20.098
Dobit iz poslovanja	8.698	44.919	9.549	3.911	9.852	76.929
Ukupno imovina /iv/	511.150	491.580	157.384	530.824	-187.956	1.502.982
Ukupno imovina na 31.12.2008. /v/	468.517	430.352	147.609	521.480	-176.107	1.391.851

Šestomjesečno razdoblje završeno 30. lipnja 2008. (u tisućama kuna)	Distribucija	Zdravlje i njege	Sportska i aktivna prehrana	Pharma	Usklada	Grupa
Bruto prodaja /i/	537.614	246.185	242.691	138.787	3.419	1.168.696
Prodaja među segmentima /ii/	5.368	199.742	1.412	553	-	207.075
Ukupno prihodi	532.246	46.443	241.279	138.234	3.419	961.621
Dobit iz poslovanja prije amortizacije	10.657	43.437	10.881	15.496	-	80.471
Amortizacija	4.082	11.006	2.999	2.570	-	20.657
Dobit iz poslovanja	6.575	32.431	7.882	12.926	-	59.814

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

/ii/ Prodaja među segmentima se eliminira prilikom konsolidacije.

/iii/ Dobit ostvarena od otkupa manjinskog udjela u Cedeviti nije alocirana po poslovnim segmentima.

/iv/ Potraživanja među segmentima eliminiraju se prilikom konsolidacije. Imovina po segmentima ne uključuje dugotrajnu materijalnu imovinu Društva (588 tisuća kuna), nematerijalnu imovinu Društva (556 tisuća kuna), potraživanja od kupaca i ostala potraživanja (7.940 tisuća kuna), financijsku imovinu raspoloživu za prodaju (35.041 tisuća kuna), ulaganja u zajedničke pothvate (21 tisuću kuna), odgođenu poreznu imovinu (7.061 tisuća kuna) i novac i novčane ekvivalente (192.301 tisuća kuna).

/v/ Potraživanja među segmentima eliminiraju se prilikom konsolidacije. Imovina po segmentima ne uključuje dugotrajnu materijalnu imovinu Društva (481 tisuću kuna), nematerijalnu imovinu Društva (148 tisuća kuna), potraživanja od kupaca i ostala potraživanja (18.574 tisuća kuna), financijsku imovinu raspoloživu za prodaju (35.041 tisuća kuna), ulaganja u zajedničke pothvate (185 tisuća kuna), odgođenu poreznu imovinu (9.293 tisuća kuna) i novac i novčane ekvivalente (200.193 tisuća kuna).

BILJEŠKE UZ SAŽETE KONSOLIDIRANE FINANCIJSKE IZVJEŠTAJE**BILJEŠKA 3 - INFORMACIJE O SEGMENTIMA (nastavak)**

Usklađenje između dobiti iz poslovanja i ukupne dobiti prije poreza je kako slijedi:

<i>(u tisućama kuna)</i>	Sij. - Lip. 2009.	Sij. - Lip. 2008.
Dobit iz poslovanja	76.929	59.814
Rashodi od financiranja - neto	-13.104	-12.533
Dobit prije poreza	63.825	47.281

BILJEŠKA 4 – ZARADA PO DIONICI**Osnovna zarada po dionici**

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

	<u>2009.</u>	<u>2008.</u>
Neto dobit dioničarima <i>(u tisućama kuna)</i>	41.559	27.749
Prosječno ponderirani broj dionica	2.464.595	2.465.922
Osnovna zarada po dionici <i>(u kunama)</i>	16,86	11,25

Razrijeđena zarada po dionici

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

Dividenda

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

BILJEŠKA 5 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA IMOVINA

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2009. godine, Grupa je uložila 47.928 tisuća kuna u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme (2008: 34.370 tisuća kuna). Glavnina novih nabavki odnosi se na povećanje proizvodnih kapaciteta te na Cdevita GO projekt.

Grupa je u proljeću 2009. godine započela izgradnju nove tvornice u Rakitju, a završetak izgradnje očekuje se u rujnu 2009. godine. Po završetku izgradnje tvornice, proizvodni pogon Neve preseliti će se na novu lokaciju te će se dovršiti kupoprodajna transakcija nekretnina na čije ime je primljen avans u iznosu od 29.718 tisuća kuna.

BILJEŠKA 6 - ZALIHE

Tijekom šestomjesečnog razdoblja završenog 30. lipnja 2009. godine Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 5.773 tisuća kuna uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u ostale troškove poslovanja.

Atlantic Grupa d.d.
Miramarska 23
Zagreb

Matični broj: 1671910

Zagreb, 24. srpnja 2009. godine

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

IZJAVU POSLOVODSTVA O ODGOVORNOSTI

Konsolidirani financijski izvještaji Atlantic Grupe d.d. sastavljeni su u skladu s Međunarodnim računovodstvenim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) te hrvatskim Zakonom o računovodstvu.

Konsolidirani financijski izvještaji za razdoblje od 01. siječnja 2009. godine do 30. lipnja 2009. godine daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, dobitaka i gubitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva. Međuizvješće posloводства za šestomjesečno razdoblje okončano 30. lipnja 2009. godine sadrži istinit i vjeran prikaz razvoja i rezultata poslovanja Društva uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Društvo izloženo.

Predsjednik Uprave:



Emil Tedeschi

Potpredsjednik Uprave za Financije:



Zoran Stanković



Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.
Odnosi s investitorima

+385 1 2413 908
ir@atlantic.hr