

ATLANTIC

GRUPA

FINANCIJSKI REZULTATI
U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE
(NEREVIDIRANO)

Zagreb, 24. travnja 2025. godine



3	KOMENTAR PREDSEDNIKA UPRAVE
4	KLJUČNI DOGAĐAJI
7	DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE
13	DINAMIKA PROFITABILNOSTI
15	FINANCIJSKI POKAZATELJI
17	OČEKIVANJA ZA 2025. GODINU
18	DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)
22	KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI

LEMONISH,
OSTALO SU *limunadice.*



SOK CIJELOG LIMUNA. GLASNI MJHURIĆI. STIŠANE KALORIJE.

Komentirajući financijska ostvarenja u prvom kvartalu 2025. godine, **Emil Tedeschi**, predsjednik Uprave Atlantic Grupe, istaknuo je:

“Atlantic Grupa je 2025. godinu započela lansiranjem dva nova brenda te smo iznimno zadovoljni njihovim dosadašnjim rezultatima. Poslovno područje Donat je predstavilo liniju herbalnih voda pod brendom DoNatural, dok je Strateško poslovno područje Pića predstavilo brend Lemonish - niskokaloričnu gaziranu limunadu.

Uz lansiranje novih proizvoda, ostvarili smo snažan rast prodaje u odnosu na isto razdoblje prošle godine uslijed rasta prihoda u gotovo svim poslovnim i distribucijskim područjima te na svim važnijim tržištima. Najznačajniji rast prihoda ostvaren je u Strateškim poslovnim područjima Kava i Delikatesni namazi, Strateškim distributivnim područjima Srbija i Sjeverna Makedonija te na tržištu Bosne i Hercegovine i Njemačke. Unatoč izvrsnim prodajnim rezultatima, profitabilnost je i dalje pod pritiskom rekordnih cijena sirove kave i kakaa te daljnjih ulaganja u zaposlene.

Jedna od glavnih strateških odrednica Atlantic Grupe je osnaživanje organizacije, stoga nastavljamo ulagati u naše ljude, njihov profesionalni i osobni razvoj pa nas posebno veseli da smo nakon Hrvatske, Srbije, Slovenije sada i u BiH prepoznati kao jedan od najpoželjnijih poslodavaca, a da je Atlantic Grupa i ove godine dobitnik prestižnog certifikata Equal Pay Champion.

Nastavljamo pratiti razvoj situacije u izazovnom i dinamičnom makroekonomskom okruženju, ali ostajemo uvjereni da ćemo nastaviti s daljnjim uspješnim i održivim rastom, s fokusom na jačanje konkurentnosti, inovacije i modernizaciju.“

KLJUČNI DOGAĐAJI U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE

RAST PRIHODA I PAD PROFITABILNOSTI USLIJED SNAŽNIH PRITISAKA VISOKIH CIJENA KAVE I KAKAA

PRIHODI OD PRODAJE U IZNOSU OD 259,9 MILIJUNA EURA

+9,8% u odnosu na prvi kvartal 2024. godine

DOBIT PRIJE KAMATA, POREZA I AMORTIZACIJE (EBITDA*) OD 23,0 MILIJUNA EURA

-8,7% u odnosu na prvi kvartal 2024. godine

DOBIT PRIJE KAMATA I POREZA (EBIT*) OD 10,3 MILIJUNA EURA

-29,0% u odnosu na prvi kvartal 2024. godine

NETO DOBIT* OD 6,1 MILIJUNA EURA

-38,4% u odnosu na prvi kvartal 2024. godine

FINANCIJSKI SAŽETAK PRVOG KVARTALA 2025. GODINE

Ključni pokazatelji	Q1 2025.	Q1 2024.	Q1 2025./ Q1 2024.
Prihod od prodaje (u milijunima eura)	259,9	236,6	9,8%
Ukupan prihod (u milijunima eura)	262,7	239,6	9,6%
EBITDA marža*	8,8%	10,6%	-180 bp
Neto dobit* (u milijunima eura)	6,1	9,9	(38,4%)
	31.3.2025.	31.12.2024.	
Pokazatelj zaduženosti*	33,1%	29,5%	-363 bp

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu.

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

1. DONATURAL – NOVI BREND IZ PP DONAT



Poslovno područje Donat je predstavilo svoju prvu liniju herbalnih voda pod novim brendom DoNatural koji je plod inovativnog promišljanja stručnjaka Donata, a uz to je, baš poput Donata, usko povezan s prirodom. Herbalne vode DoNatural donose osvježanje tržištu spojem prirodnih sastojaka i inovativnim pristupom. Negazirane su, a odlikuje ih inovativan, svjež i iznimno harmoničan okus ljekovitog bilja koje čini osnovu ovih herbalnih voda. Pripadaju funkcionalnim proizvodima jer podržavaju metabolizam i opću dobrobit organizma, dodatno pomažu u smanjenju umora, djeluju antioksidativno i potiču kognitivne funkcije. Razvili smo tri nova okusa, a svaki od njih donosi svoju jedinstvenu funkcionalnost. Herbalnim vodama DoNatural dodali smo postbiotike dobivene inaktivacijom bifidobakterija. Predstavljaju inovaciju u brizi za probavu, a mi smo prvi u regiji koji koriste njihov potencijal i dodaju postbiotike u svoje funkcionalne herbalne vode. Herbalne vode DoNatural ne sadrže dodane zaslađivače, bojila ni arome, a zaslađene su isključivo voćem. Pogodne su i za vegane. Pomno smo ih stvorili vodeći brigu o prirodi pa ih zato punimo u 100% rPET boce.

2. LEMONISH – NOVI BREND IZ SPP PIĆA



Strateško poslovno područje Pića predstavlja potpuno nov i inovativan proizvod Lemonish - niskokaloričnu gaziranu limunadu. Svaku bočicu Lemonisha obogatili smo sokom cijelog limuna, dodali osvježavajuće mjhuriće, sveli kalorijski sadržaj na minimum te izostavili upotrebu sladila. Razvili smo dva osvježavajuća okusa limun i limun&bazga koja su dostupna u pakiranjima od 0,4L i 1,25L PET.

3. ATLANTIC GRUPA MEĐU TOP TRI NAJPOŽELJNIJA POSLODAVCA U BIH



Svečana dodjela priznanja Atlantic Grupi kao jednom od najpoželjnijih poslodavaca održana je u Sarajevu, u organizaciji MojPosao.ba. Ovaj događaj, koji se organizira već osamnaest godina, okupio je predstavnike vodećih kompanija i međunarodnih organizacija potvrđujući važnost *employer branding*a. Istraživanje je provedeno od rujna do prosinca 2024. godine, uz sudjelovanje 35.000 ispitanika koji su ocjenjivali faktore atraktivnosti poslodavca, te najpoželjnije beneficije za zaposlenike. Ovo priznanje potvrđuje da se brojne inicijative Atlantic Grupe koje podržavaju profesionalni i osobni razvoj te dobrobit svojih zaposlenika, prepoznaju i u široj javnosti.

4. ATLANTIC GRUPA PONOVO OSVOJILA PRESTIŽNI CERTIFIKAT „EQUAL PAY CHAMPION“



„Equal Pay Champion“ certifikat koji dodjeljuje SELECTIO grupa, vodeća konzultantska tvrtka za ljudske potencijale, još jednom je potvrdio predanost Atlantic Grupe jednakim plaćama za jednak rad, bez obzira na rod ili druge razlike. Dok u Europskoj uniji žene u prosjeku zarađuju 12,7 posto manje po satu, u Atlantic Grupi taj je jaz sveden na svega 1,09 posto, zahvaljujući sustavu nagrađivanja koji se već više od 30 godina temelji isključivo na učinku. Ovim impresivnim rezultatom ne samo da smo premašili očekivanja, već smo i znatno prije roka uskladili poslovanje s EU direktivom koja od 2026. propisuje da razlika u plaćama među spolovima u većim organizacijama ne smije prelaziti 5 posto. U procesu

certifikacije demonstrirali smo izvrsnost i u kontekstu zastupljenosti žena na upravljačkim pozicijama. Dok u velikim europskim kompanijama žene zauzimaju manje od 10 posto direktorskih pozicija, u Atlantic Grupi žene čine 53 posto menadžmenta koji donosi ključne odluke o kompaniji.

5. ATLANTIC GRUPA ENERGETSKI NAJUČINKOVITIJE PODUZEĆE U SLOVENIJI



Na ovogodišnjoj dodjeli energetske nagrade i priznanja za energetske učinkovitost, koje se dodjeljuju u sklopu konferencije Dani energetike u Sloveniji, Atlantic Grupa je osvojila prvu nagradu u kategoriji „Energetski učinkovito poduzeće“. Konferencija Dani energetike predstavlja središnji događaj za energetske menadžere i stručnjake iz slovenskih poduzeća, istraživačkih institucija te svih onih koji posluju prema načelu učinkovite uporabe energije. Značaj konferencije prepoznaje sve više brzorastućih i dinamičnih poduzeća koja su svjesna važnosti pouzdanosti opskrbe, održive energije, tehnološkog napretka te daljnjeg procesa istraživanja i inovacija na području energetike.

Atlantic Droga Kolinska ističe smanjenje potrošnje električne energije u proizvodnji Argete za 30% po toni proizvoda od 2020. godine, dok je ukupna potrošnja energije smanjena za 11%. Rezultat je to aktivnog upravljanja energijom i mjera energetske učinkovitosti. U budućnosti je planirano dodatno korištenje otpadne topline za grijanje prostora i pripremu sanitarne vode, uz cilj postizanja ugljične neutralnosti lokacije u Rogaškoj Slatini do 2030. godine.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE

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

(u milijunima eura)	Q1 2025.	Q1 2024.	Q1 2025./ Q1 2024.
SPP Kava	63,6	47,5	33,9%
SPP Delikatesni namazi	42,7	35,7	19,5%
SPP Slatko i slano	31,0	30,3	2,1%
SPP Pića	20,7	22,7	(8,5%)
SPP Ljekarničko poslovanje	24,4	22,6	8,0%
PP Donat	9,6	8,9	7,6%
SDP Hrvatska	55,1	55,1	(0,0%)
SDP Srbija	67,0	53,2	25,8%
SDP Slovenija	42,0	39,2	7,1%
SDP Sjeverna Makedonija	14,8	13,3	11,2%
Ostali segmenti*	26,1	23,2	12,6%
Usklada**	(137,0)	(115,1)	n/p
Prihod od prodaje	259,9	236,6	9,8%

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu.

U prvom kvartalu 2025. godine, Atlantic Grupa ostvarila je 259,9 milijuna eura prihoda od prodaje što predstavlja rast od 9,8% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Gotovo sva poslovna i distribucijska područja bilježe rast prihoda od prodaje ponajprije zahvaljujući snažnom rastu vlastitih brendova. Najveći postotni rast prodaje ostvarili su Strateška poslovna područja Kava i Delikatesni namazi te Strateška distributivna područja Srbija i Sjeverna Makedonija.

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

* Ostali Segmenti uključuju PP Novi rast, DP Austriju, DP Rusiju i Globalno upravljanje mrežom distributera.

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

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE KAVA bilježi snažan dvoznamenkasti rast prodaje uslijed rasta prodaje gotovo svih kategorija. Snažan dvoznamenkasti rast ostvaren je na tržištima Srbije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine te Slovenije. Promatrano po kategorijama, najznačajniji rast bilježi svježa pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa, C kafa, Barcaffè i Bonito. Snažnom rastu doprinio je i rast espresso kave. Bitno je napomenuti da kategorije svježih prženih mljevenih kava i espresso kave bilježe značajan volumni rast. Ukoliko bismo isključili prodaju brendova stečenih preuzimanjem Strauss Adriatica, ovo područje bilježi rast prodaje od 25,8%. Unatoč izvrsnim prodajnim rezultatima, profitabilnost ovog područja i dalje ostaje pod pritiskom zbog rekordno visokih cijena sirove kave.



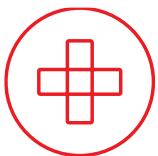
STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE DELIKATESNI NAMAZI ostvarilo je snažan rast prihoda od prodaje pri čemu je najznačajniji rast ostvaren na tržištima Njemačke, Bosne i Hercegovine te Srbije. Dvoznamenkasti vrijednosni i volumni rast bilježe mesni i riblji segment delikatesnih namaza. Dodatno, ajvar pod brendom Bakina Tajna također ostvaruje dvoznamenkasti vrijednosni i volumni rast.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE SLATKO I SLANO bilježi blagi rast prodaje pri čemu je ostvaren značajan rast prodaje na tržištu Bosne i Hercegovine, Srbije i Kosova. Promatrano po kategorijama, vrijednosni i volumni rast ostvaruju kategorije keksa i vafla te flips pod brendom Smoki. Također, kategorija barova pod brendom Bananica ostvaruje rast prihoda od prodaje. Kategorija čokolade pod brendom Najlepše želje bilježi vrijednosni i količinski pad uslijed povećanja cijena kao posljedica značajnog rasta cijene kaka.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE PIĆA ostvaruje pad prodaje uslijed pada prihoda na gotovo svim regionalnim tržištima koji je djelomično nadoknađen rastom na tržištima Nizozemske i Austrije. Promatrano po kategorijama, Cedevita za konzumaciju kod kuće bilježi rast prodaje čime je djelomično kompenziran pad prodaje Cockte u HoReCa i maloprodajnom kanalu te pad prodaje Cedevite u HoReCa kanalu. Pad prihoda od prodaje uzrokovan je i prestankom proizvodnje i distribucije voda Kale i Kalničke od studenog 2024. S druge strane, naš novi brend Lemonish, koji je lansiran u ožujku 2025. godine, bilježi izvrsne prodajne rezultate.



STRATEŠKO POSLOVNO PODRUČJE LJEKARNIČKO POSLOVANJE bilježi značajan rast prodaje lijekova i dodataka prehrani, kao i ostalih kategorija. Na dan 31. ožujka 2025., ljekarnički lanac Farmacia broji 104 jedinice što uključuje 56 ljekarni, 47 specijaliziranih prodavaonica i web shop.



POSLOVNO PODRUČJE DONAT bilježi rast prodaje uslijed značajnog rasta prodaje na tržištu Hrvatske i Slovenije. Navedenom rastu doprinosi rast prodaje funkcionalne vode Donat te lansiranje herbalne vode pod brendom DoNatural.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE



STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE HRVATSKA bilježi istu razinu prodaje kao i u prvom kvartalu prošle godine. Prodaja vlastitih brendova ostvaruje rast, a među njima se posebno ističe svježe pržena mljevena kava pod brendom Barcaffè, funkcionalna voda Donat te Boom Box proizvodi. Od principalskih brendova najznačajniji rast zabilježio je Ferrero. U HoReCa kanalu ostvaren je snažan rast prodaje ponajprije kao posljedica rasta prodaje espresso kave pod brendom Barcaffè.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SRBIJA ostvaruje snažan dvoznamenkasti rast prodaje uslijed rasta prodaje ponajprije vlastitih brendova. Među njima se ističu svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa, Bonito, C kafa i Doncafe, Argeta u segmentu delikatesnih namaza te Boom Box proizvodi. Pad prodaje čokolade pod brendom Najlepše želje anuliran je rastom prodaje keksa, vafli i barova. Među principalskim brendovima posebno se ističe Badel. Rastu ovog područja pridonio je dvoznamenkasti rast prodaje u HoReCa kanalu gdje se posebno ističe espresso kava pod brendom Barcaffè.

STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SLOVENIJA bilježi rast prihoda od prodaje kao posljedica rasta vlastitih brendova. Navedenom rastu najviše je doprinio značajan rast svježe pržene mljevene kave i espresso kave pod brendom Barcaffè, Argete u segmentu delikatesnih namaza, funkcionalne vode Donat te Boom Box proizvoda. Od principala posebno se ističe Mars.

Dvoznamenkastu stopu rasta bilježi STRATEŠKO DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE SJEVERNA MAKEDONIJA zahvaljujući rastu prodaje vlastitih i principalskih brendova. Među vlastitim brendovima ističu se espresso kava pod brendom Barcaffè, Argeta u segmentu delikatesnih namaza, keksi i vafli u segmentu slatko i slano te Boom Box proizvodi. Među principalskim brendovima značajan rast bilježe Ferrero, Ficosota i Haleon.

Snažan rast prodaje bilježe OSTALI SEGMENTI uslijed rasta prodaje distribucijskog područja Austrije, Globalnog upravljanja mrežom distributera i Novog rasta čime je u potpunosti nadoknađen pad prodaje distribucijskog područja Rusije.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE AUSTRIJA ostvarilo je rast prodaje kao posljedica rasta prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza, Prima štapića u segmentu slatko i slano te principala Podravke.

GLOBALNO UPRAVLJANJE MREŽOM DISTRIBUTERA ostvarilo je dvoznamenkastu stopu rasta prodaje zahvaljujući snažnom rastu na tržištu Njemačke, Francuske i Italije. Promatrano po kategorijama, najznačajniji rast prodaje ostvaruje Argeta u segmentu delikatesnih namaza te Smoki u segmentu slatko i slano.

DISTRIBUCIJSKO PODRUČJE RUSIJA bilježi blagi pad prodaje uslijed pada prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te funkcionalne vode Donat.

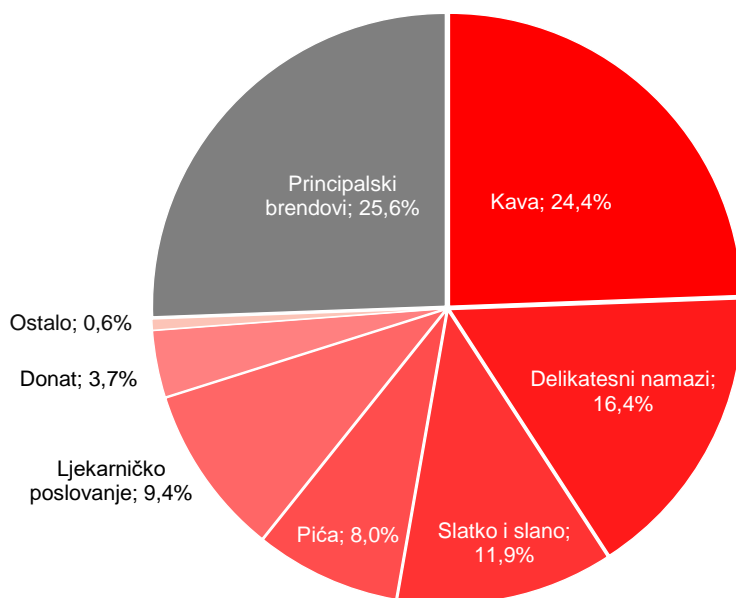
Dvoznamenkasti rast prodaje bilježi NOVI RAST uslijed rasta prodaje na svim regionalnim tržištima pri čemu se posebno ističu tržišta Srbije i Hrvatske. Gledano po kategorijama, rastu najviše doprinose biljni napitci te nova kategorija smoothija pod brendom Boom Box.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE

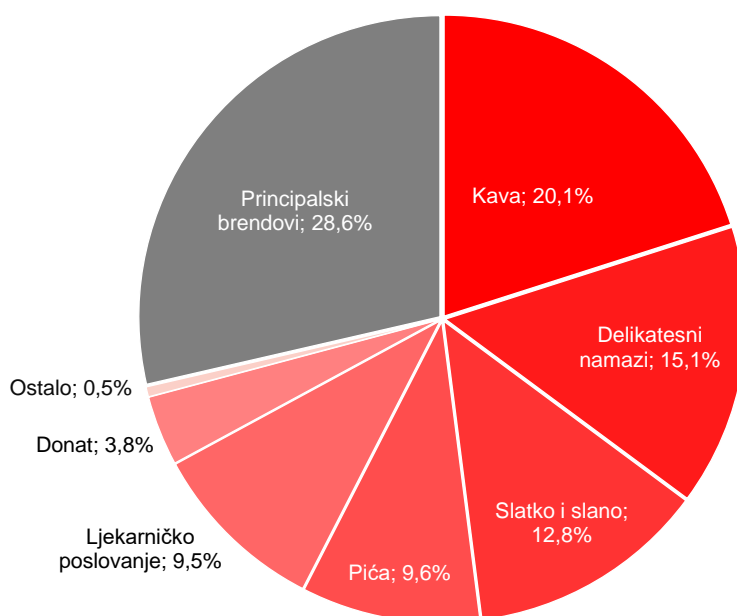
PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO SEGMENTIMA



Q1 2025.



Q1 2024.



DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE

PREGLED PRIHODA OD PRODAJE PO TRŽIŠTIMA



(u milijunima eura)	Q1 2025.	% prihoda od prodaje	Q1 2024.	% prihoda od prodaje	Q1 2025./ Q1 2024.
Hrvatska	80,8	31,1%	78,4	33,1%	3,1%
Srbija	67,7	26,0%	57,1	24,2%	18,4%
Slovenija	42,0	16,2%	39,8	16,8%	5,8%
Bosna i Hercegovina	22,6	8,7%	19,5	8,2%	16,0%
Ostala tržišta regije*	22,0	8,4%	19,7	8,3%	11,6%
Ključna europska tržišta**	16,0	6,2%	14,0	5,9%	14,1%
Rusija i ZND	3,3	1,3%	3,4	1,4%	(2,7%)
Ostala tržišta	5,5	2,1%	4,8	2,0%	14,9%
Prihod od prodaje	259,9	100,0%	236,6	100,0%	9,8%

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

**Ključna europska tržišta: Njemačka, Švicarska, Austrija, Švedska

Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu.

TRŽIŠTE HRVATSKE bilježi blagi rast prihoda od prodaje kao posljedica rasta prodaje: (i) vlastitih brendova pri čemu se posebno ističe svježe pržena mljevena kava, instant i espresso kava pod brendom Barcaffè, funkcionalna voda Donat, Cedevita u maloprodajnom kanalu i Boom Box proizvodi te (ii) ljekarničkog lanca Farmacia. Od principalskih brendova rastu najviše doprinosi Ferrero.

TRŽIŠTE SRBIJE ostvaruje dvoznamenkasti rast prodaje uslijed snažnog rasta vlastitih brendova pri čemu se osobito ističu: (i) svježe pržena mljevena kava pod brendovima Grand kafa, Bonito, C kafa i Doncafe, (ii) espresso kava pod brendom Barcaffè, (iii) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (iv) keksi, barovi i vafla u segmentu slatko i slano te (v) Boom Box proizvodi. Od principalskih brendova rastu najviše doprinosi Badel.

TRŽIŠTE SLOVENIJE bilježi rast prodaje kao posljedica rasta prodaje vlastitih brendova pri čemu se ističu: (i) svježe pržena mljevena kava i espresso kava pod brendom Barcaffè, (ii) Argeta u segmentu delikatesnih namaza, (iii) Cedevita u maloprodajnom kanalu te (iv) funkcionalna voda Donat. Od principalskih brendova rastu najviše doprinosi Mars.

Snažan rast prodaje ostvaruje TRŽIŠTE BOSNE I HERCEGOVINE zahvaljujući rastu prodaje: (i) svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa, (ii) Argete u segmentu delikatesnih namaza te (iii) Bananice i Smokija u segmentu slatko i slano.

OSTALA TRŽIŠTA REGIJE bilježe rast prodaje zahvaljujući značajnom rastu prodaje na tržištu Sjeverne Makedonije i Kosova. Navedenom rastu najviše doprinosi rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza i Smokija u segmentu slatko i slano.

KLJUČNA EUROPSKA TRŽIŠTA ostvaruju dvoznamenkasti rast prodaje uslijed rasta prodaje na tržištu Njemačke, Austrije i Švedske. Promatrano po kategorijama, posebno se ističe rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza i Smokija u segmentu slatko i slano.

DINAMIKA PRIHODA OD PRODAJE U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE



TRŽIŠTE RUSIJE I ZAJEDNICE NEOVISNIH DRŽAVA ostvarilo je blagi pad prodaje kao posljedica pada prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza te funkcionalne vode Donat.

Značajan rast prodaje bilježe OSTALA TRŽIŠTA kao posljedica snažnog rasta prodaje na tržištu Francuske, Italije i SAD-a. Rastu najviše doprinosi rast prodaje Argete u segmentu delikatesnih namaza i svježe pržene mljevene kave pod brendom Grand kafa.

DINAMIKA PROFITABILNOSTI U PRVOM KVARTALU 2025. GODINE

DINAMIKA PROFITABILNOSTI



(u milijunima eura)	Q1 2025.	Q1 2024.	Q1 2025./ Q1 2024.
Prihod od prodaje	259,9	236,6	9,8%
EBITDA*	23,0	25,2	(8,7%)
EBIT*	10,3	14,5	(29,0%)
Neto dobit*	6,1	9,9	(38,4%)
Profitne marže			
EBITDA marža*	8,8%	10,6%	-180 bp
EBIT marža*	4,0%	6,1%	-216 bp
Neto profitna marža*	2,3%	4,2%	-183 bp

U prvom kvartalu 2025. godine EBITDA iznosi 23,0 milijuna eura, čime je ostvaren pad od 8,7% u odnosu na isto razdoblje prošle godine. Rast profitabilnosti poslovnih područja Delikatesni namazi i Donata te distribucijskog područja Srbija djelomično su anulirali pad profitabilnosti poslovnih područja Slatko i slano, Pića i Ljekarničkog poslovanja. Na pad vrijednosti EBITDA najviše utječu značajno viši troškovi sirove kave i kaka te viša ulaganja u zaposlene.

Uz prethodno opisano, neto dobit bilježi pad od 38,4% uslijed značajno više amortizacije vlastite dugotrajne imovine (uslijed većih kapitalnih investicija) i imovine s pravom korištenja.

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

STRUKTURA OPERATIVNIH TROŠKOVA



(u milijunima eura)	Q1 2025.	% prihoda od prodaje	Q1 2024.	% prihoda od prodaje	Q1 2025./ Q1 2024.
Nabavna vrijednost prodane robe	67,7	26,1%	68,6	29,0%	(1,2%)
Promjene vrijednosti zaliha	(7,2)	(2,8%)	(0,2)	(0,1%)	n/p
Proizvodni materijal	100,7	38,7%	74,0	31,3%	36,2%
Energija	3,5	1,3%	3,6	1,5%	(4,7%)
Usluge	15,8	6,1%	14,0	5,9%	12,6%
Troškovi osoblja	41,9	16,1%	36,1	15,3%	16,1%
Troškovi marketinga i prodaje	10,7	4,1%	11,4	4,8%	(5,9%)
Ostali operativni troškovi	8,6	3,3%	6,9	2,9%	24,4%
Ostali (dobici)/gubici - neto	(2,0)	(0,8%)	0,1	0,0%	n/p
Amortizacija	12,7	4,9%	10,7	4,5%	18,8%
Ukupni operativni troškovi*	252,4	97,1%	225,1	95,2%	12,1%

Trošak nabavne vrijednosti prodane robe bilježi pad kao posljedica blagog pada prodaje principalskih brendova.

Troškovi proizvodnih materijala bilježe značajan rast kao posljedica rasta proizvodnje i prodaje vlastitih proizvoda. Najznačajniji rast cijena i dalje bilježe sirova kava i kakao što je samo djelomično kompenzirano s povoljnijim cijenama šećera.

Troškovi energije bilježe pad primarno kao posljedica niže cijene električne energije u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Troškovi usluga bilježe rast u odnosu na isto razdoblje prošle godine uslijed viših troškova održavanja, troškova transportnih i logističkih usluga, ali i ostalih troškova uzrokovanih rastom prodaje i rastom cijena usluga.

Troškovi osoblja bilježe značajan rast od 16,1% uslijed porasta osnovnih plaća i većih varijabilnih isplata uslijed više prodaje. Dana 31. ožujka 2025. godine Atlantic Grupa zapošljava 5.744 osoba, što je 35 osoba više u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

Marketinški troškovi bilježe pad kao posljedica manjih marketinških ulaganja u segmentima Kave i Slatko i slano.

Ostali operativni troškovi rastu zbog povećane proizvodnje naših vlastitih brendova, većeg troška akciza za kavu, kao i zbog troškova povezanih s pripajanjem društva Strauss Adriatic.

Ostali (dobici)/gubici-neto: Ostvarena je dobit po osnovi derivativnih financijskih instrumenata.

* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

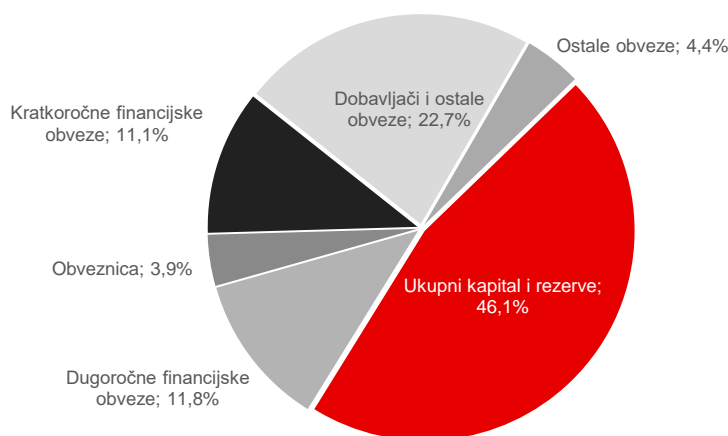
FINANCIJSKI POKAZATELJI

(u milijunima eura)	31.3.2025.	31.12.2024.
Neto dug*	231,2	193,4
Ukupna imovina	1.013,1	986,1
Ukupno kapital i rezerve	466,5	462,0
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza*	1,2	1,2
Pokazatelj zaduženosti*	33,1%	29,5%
Neto dug/EBITDA*	2,6	2,1
(u milijunima eura)	Q1 2025.	Q1 2024.
Pokriće troška kamata*	12,6	11,7
Kapitalna ulaganja*	16,1	17,1
Slobodni novčani tok*	(26,0)	2,0
Novčani tok iz poslovnih aktivnosti	(9,9)	19,2

Među ključnim odrednicama financijske pozicije Atlantic Grupe u prvom kvartalu 2025. godine važno je istaknuti sljedeće:

- Pokazatelj zaduženosti viši je za 363 bazna boda uslijed povećanja neto duga za 37,8 milijuna eura u odnosu na kraj 2024. godine.
- Zaduženost mjerena odnosom neto duga i normalizirane EBITDA povisila se s 2,1 na kraju 2024. godine na 2,6 na kraju prvog kvartala 2025. godine.
- Slobodni novčani tok bilježi pad uslijed nižeg novčanog toka iz poslovnih aktivnosti.

STRUKTURA KAPITALA I OBVEZA ATLANTIC GRUPE NA DAN 31. OŽUJKA 2025. GODINE



* Određene financijske mjere nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI-evima). Za više detalja o korištenim Alternativnim pokazateljima uspješnosti (eng. Alternative Performance Measures (APM)) pogledajte u poglavlju „Definicija i usklada Alternativnih pokazatelja uspješnosti (APM)“.

PREGLED KLJUČNIH STAVKI U KONSOLIDIRANOM IZVJEŠTAJU O NOVČANOM TOKU



Novčani tok od poslovnih aktivnosti je negativan kao posljedica kretanja radnog kapitala, primarno povećanja zaliha i potraživanja od kupaca. Povećanje vrijednosti zaliha u ovom kvartalu prvenstveno je uzrokovano poskupljenjima proizvodnih materijala i gotovih proizvoda te količinski većim zalihama zbog nadolazećih blagdana i priprema za ljetnu sezonu. Povećanje potraživanja izravna je posljedica značajnog rasta prihoda od prodaje.

Kapitalna ulaganja u prvom kvartalu 2025. godine karakterizira izvršenje projekata prema Strateškim smjernicama Atlantic Grupe za 2025. te pokretanje projekata koji će biti fizički izvršeni u 2026. godini, sukladno dugoročnom planu investiranja.

Značajni investicijski projekti u prvom kvartalu 2025. godine:

- SPP Delikatesni namazi:
 - Projekt proširenja hladnog skladišnog prostora na lokaciji Hadžići
- SPP Kava:
 - Projekt preseljenja opreme za proizvodnju i pakiranje kave na lokaciji Šimanovci i formiranje centralne lokacije proizvodnje i pakiranja kave u Srbiji
- SPP Pića:
 - Investicijski projekt nadogradnje linije za punjenje pića na lokaciji Apatovec
 - Investicijski projekt povećanja kapaciteta granulacije
- SPP Slatko i slano
 - Investicijski projekt nove linije za proizvodnju i pakiranje slanog *snacka*
 - Investicijski projekt izgradnje proizvodnog pogona Smoki i novog centralnog skladišnog prostora – faza projektiranja i ishođenja suglasnosti i dozvola
- PP Donat:
 - Projekt obnove i adaptacije proizvodnog pogona u Rogaškoj Slatini
 - Započet investicijski projekt nove linije za punjenje bezalkoholnih pića
- IT:
 - Započeta implementacija S/4 Hana ERP i MES sustava u proizvodnom pogonu na lokaciji Šimanovci

STRATEŠKE SMJERNICE MENADŽMENTA ATLANTIC GRUPE ZA 2025. GODINU



Razvoj gospodarstva Europske unije u 2025. ostaje neizvjestan. Očekuje se tek blagi gospodarski rast uslijed rasta potrošnje i investicija, uz usporavanje inflacije. U odnosu na EU, zemlje regije očekuju viši gospodarski rast koji je potpomognut značajnim priljevima iz EU fondova (Hrvatska), izravnim stranim ulaganjima iz EU (Srbija), te jačanjem privatne i javne potrošnje zahvaljujući kontinuiranim dobrim rezultatima na tržištu rada i sve većim plaćama.

Geopolitički rizici i neizvjesnost dodatno su se povećali u prethodnoj godini, te predstavljaju izazov u 2025. godini. Pored rizika povezanih s ratovima u Ukrajini i na Bliskom istoku, rizik je i daljnje povećanje protekcionističkih mjera od strane trgovinskih partnera Europske Unije.

Uz nastavak neizvjesnosti i u 2025. godini, s jasno definiranim strateškim ciljevima i prioritetima, očekujemo daljnji rast prodaje na 1,2 milijarde eura.

Daljnji nastavak snažnog pritiska na profitabilnosti uslijed kontinuiranog drastičnog poskupljenja sirove kave i kakaa se očekuje i tijekom 2025. godine. Trenutno procjenjujemo da će za Atlantic Grupu trošak sirove kave biti viši za čak 70 milijuna eura, dok će trošak kakaa biti viši za preko 7 milijuna eura u odnosu na 2024. godinu za planirane količine. Također, očekujemo dodatni pritisak uslijed rasta cijena rada i usluga. Unatoč tako neizvjesnim i nepovoljnim okolnostima, vjerujemo da ćemo uspjeti ostvariti normaliziranu operativnu dobit prije kamata, poreza i amortizacije (EBITDA) na razini iz 2024. godine.

U 2025. godini nastavljamo s intenzivnim kapitalnim investicijama čija će vrijednost premašiti 55 milijuna eura, pri čemu se polovica investicija odnosi na ulaganja u SPP Kavu i Slatko i slano. U SPP Slatko i slano započeli smo s izgradnjom proizvodnog pogona za Smoki, novog centralnog skladišnog prostora te nove linije za proizvodnju i pakiranje slanog snacka. Dodatno, u SPP Kavi započeli smo s preseljenjem opreme za proizvodnju i pakiranje kave na lokaciju Šimanovci, čime ćemo formirati centralnu lokaciju za proizvodnju i pakiranje kave u Srbiji.

U 2025. godini, menadžment će se fokusirati na (i) jačanje liderskih pozicija i zadržavanje profitabilnosti unatoč značajnim inflatornim pritiscima, (ii) selektivno investiranje u nove prilike za širenje portfelja proizvoda i tržišta, (iii) povećanje produktivnosti kroz poboljšanje operativne izvrsnosti, značajna kapitalna ulaganja i nastavak digitalne transformacije te na (iv) daljnje osnaživanje organizacije kroz brigu i odgovorno poslovanje.

ATLANTIC GRUPA d.d.

DEFINICIJA I USKLADA

ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



Godišnje izvješće, polugodišnje izvješće, tromjesečno izvješće i druga komunikacija s investitorima sadrže određene mjere financijske uspješnosti koje nisu definirane Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI). Vjerujemo da su ove mjere, zajedno s usporedivim mjerama iz MSFI-jeva, korisne investitorima jer pružaju osnovu za mjerenje naše operativne i financijske uspješnosti. Glavni alternativni pokazatelji uspješnosti koje koristi Atlantic Grupa definirani su i/ili usklađeni s našim MSFI mjerama u ovom dokumentu.

EBITDA i EBITDA marža

EBITDA (Dobit prije kamata, poreza i amortizacije) jednaka je dobiti iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 - Sažetak značajnih informacija o računovodstvenim politikama u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima) uvećanoj za amortizaciju materijalne i nematerijalne imovine i umanjenje vrijednosti (vidi bilješke 13, 14, 16 u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

Grupa također prikazuje EBITDA maržu koja se definira kao EBITDA kao postotak prodaje.

u milijunima eura	Q1 2025.	Q1 2024.	Q1 2025./ Q1 2024.
Dobit iz poslovanja	10,3	14,5	(29,0%)
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	12,7	10,7	18,8%
EBITDA	23,0	25,2	(8,7%)
Prodaja	259,9	236,6	
EBITDA marža	8,8%	10,6%	

EBIT i EBIT marža

EBIT (Dobit prije kamata i poreza) jednak je dobiti iz poslovanja u financijskim izvještajima (vidi bilješku 2 - Sažetak značajnih informacija o računovodstvenim politikama u zadnje objavljenim revidiranim Konsolidiranim financijskim izvještajima).

Grupa također prikazuje EBIT maržu, koja se definira kao EBIT kao postotak prodaje.

u milijunima eura	Q1 2025.	Q1 2024.	Q1 2025./ Q1 2024.
Dobit iz poslovanja	10,3	14,5	(29,0%)
EBIT	10,3	14,5	(29,0%)
Prodaja	259,9	236,6	
EBIT marža	4,0%	6,1%	

NETO DOBIT I NETO PROFITNA marža

Neto dobit je međuzbroj koji je iskazan u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine.

Nadalje, Grupa prikazuje i Neto profitnu maržu, koja se definira kao Neto dobit kao postotak prodaje.

u milijunima eura	Q1 2025.	Q1 2024.	Q1 2025./ Q1 2024.
Neto dobit	6,1	9,9	(38,4%)
Prodaja	259,9	236,6	
Neto profitna marža	2,3%	4,2%	

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



UKUPNI OPERATIVNI TROŠKOVI

Ukupni operativni troškovi su međuzbroj sljedećih stavki koje su iskazane u Konsolidiranom računu dobiti i gubitka u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine: nabavna vrijednost prodane trgovačke robe, promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku, troškovi materijala i energije, troškovi radnika, troškovi marketinga i unapređenja prodaje, ostali troškovi poslovanja, ostali dobitci/gubici-neto i amortizacija i umanjenje vrijednosti.

KAPITALNA ULAGANJA (CAPEX)

Kapitalna ulaganja uključuju plaćanja izvršena za stjecanje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine, kako je prikazano u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine. Grupa koristi kapitalna ulaganja kao APM kako bi osigurala alokaciju novca u skladu sa strategijom Grupe.

NETO DUG I NETO DUG prema EBITDA

Uprava koristi neto dug za ocjenu financijskih kapaciteta Grupe. Neto dug se definira kao zbroj kratkoročnih i dugoročnih obveza po primljenim kreditima, kratkoročnih i dugoročnih obveza za najam i derivativnih financijskih instrumenata umanjениh za novac i novčane ekvivalente koji su iskazani u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine, kao što je prikazano u nastavku:

u milijunima eura	31.3.2025.	31.12.2024.
Dugoročne obveze po primljenim kreditima	51,1	57,1
Dugoročne obveze po najmovima	67,9	65,1
Kratkoročne obveze po primljenim kreditima	136,3	114,1
Kratkoročne obveze po najmovima	16,5	16,1
Derivativni financijski instrumenti, neto	(1,1)	(5,8)
Novac i novčani ekvivalenti	(39,4)	(53,2)
Neto dug	231,2	193,4
Normalizirana EBITDA*	88,7	90,9
Neto dug/Normalizirana EBITDA*	2,6	2,1

*Normalizirana EBITDA u zadnjih 12 mjeseci.

Grupa koristi i omjer neto duga i EBITDA, što je neto dug podijeljen s EBITDA, kako bi dobila razinu neto duga u odnosu na dobit koju je Grupa ostvarila. Ova mjera odražava sposobnost Grupe da servisira i otplaćuje svoje financijske obaveze.

ODNOS KRATKOTRAJNE IMOVINE I KRATKOROČNIH OBVEZA

Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza uspoređuje svu kratkotrajnu imovinu Grupe s njenim kratkoročnim obvezama koje su iskazane u Konsolidiranoj bilanci u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine. Omjer kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza je pokazatelj likvidnosti koji mjeri sposobnost Grupe da pokrije svoj kratkoročni dug kratkotrajnom imovinom.

u milijunima eura	31.3.2025.	31.12.2024.
Kratkotrajna imovina	457,2	439,8
Kratkoročne obveze	396,2	369,4
Odnos kratkotrajne imovine i kratkoročnih obveza	1,2	1,2

DEFINICIJA I USKLADA ALTERNATIVNIH POKAZATELJA USPJEŠNOSTI (APM)



POKAZATELJ ZADUŽENOSTI

Pokazatelj zaduženosti uspoređuje neto dug i ukupni kapital uvećan za neto dug. Pokazatelj zaduženosti je mjera financijske poluge Grupe koja pokazuje stupanj do kojeg se poslovanje tvrtke financira iz vlastitog kapitala u odnosu na financiranje iz duga.

u milijunima eura	31.3.2025.	31.12.2024.
Neto dug	231,2	193,4
Ukupno kapital	466,5	462,0
Pokazatelj zaduženosti	33,1%	29,5%

POKRIĆE TROŠKA KAMATA

Pokriće troška kamata izračunava se dijeljenjem EBITDA Grupe s ukupnim troškom kamata (vidi bilješku 8 - Rashodi od financiranja-neto u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine), kao što je prikazano u nastavku. Pokriće troška kamata koristi se za određivanje koliko lako Grupa može platiti kamate na svoj nepodmireni dug.

u milijunima eura	Q1 2025.	Q1 2024.
EBITDA	23,0	25,2
Ukupno rashodi od kamata	1,8	2,2
Pokriće troška kamata	12,6	11,7

SLOBODNI NOVČANI TIJEK

Slobodni novčani tijek prikazuje sposobnost Grupe da generira novac za otplatu financijskih obaveza, financiranje potencijalnih akvizicija, isplatu dividendi i slično. Slobodni novčani tijek jednak je neto novčanom toku iz operativnih aktivnosti umanjen za kapitalna ulaganja, stavke koje su iskazane u Konsolidiranom izvještaju o novčanom toku u priloženim Sažetim konsolidiranim financijskim izvještajima za razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine.

u milijunima eura	Q1 2025.	Q1 2024.
Neto operativni novčani tijek	(9,9)	19,2
Kapitalna ulaganja	16,1	17,1
Slobodni novčani tijek	(26,0)	2,0

ATLANTIC GRUPA d.d.

**SAŽETI KONSOLIDIRANI FINANCIJSKI IZVJEŠTAJI ZA
TROMJESEČNO RAZDOBLJE ZAVRŠENO 31. OŽUJKA 2025.
(NEREVIDIRANO)**

ATLANTIC GRUPA d.d.

KONSOLIDIRANI RAČUN DOBITI I GUBITKA

u tisućama eura, nerevidirano	Sij. - Ožu. 2025.	Sij. - Ožu. 2024.	Indeks
Prihodi	262.689	239.646	109,6
Prihodi od prodaje	259.894	236.611	109,8
Ostali prihodi	2.795	3.035	92,1
Poslovni rashodi	(252.391)	(225.148)	112,1
Nabavna vrijednost prodane trgovačke robe	(67.713)	(68.564)	98,8
Promjena vrijednosti zaliha gotovih proizvoda i proizvodnje u tijeku	7.177	234	3.067,1
Troškovi materijala i energije	(104.159)	(77.591)	134,2
Troškovi radnika	(41.929)	(36.119)	116,1
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje	(10.689)	(11.357)	94,1
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	(12.697)	(10.687)	118,8
Ostali troškovi poslovanja	(24.411)	(20.950)	116,5
Ostali dobiti / (gubici) - neto	2.030	(114)	n/p
Dobit iz poslovanja	10.298	14.498	71,0
Rashodi od financiranja - neto	(1.886)	(2.142)	88,0
Dobit prije poreza	8.412	12.356	68,1
Porez na dobit	(2.326)	(2.465)	94,4
Neto dobit razdoblja	6.086	9.891	61,5
Pripisivo:			
Dioničarima Društva	6.074	9.859	61,6
Manjinskim interesima	12	32	37,5
Zarada po dionici za dobit pripisivu dioničarima Društva tijekom razdoblja (u eurima)			
- osnovna	0,46	0,74	
- razrijeđena	0,46	0,74	

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

u tisućama eura, nerevidirano	Sij. - Ožu. 2025.	Sij. - Ožu. 2024.	Indeks
Neto dobit razdoblja	6.086	9.891	61,5
Ostali sveobuhvatni (gubitak) / dobit:			
<i>Stavke koje se mogu naknadno reklasificirati u račun dobiti i gubitka</i>			
Tečajne razlike, neto od poreza	395	87	454,0
Zaštita novčanog toka, neto od poreza	(3.525)	880	n/p
Ukupno ostali sveobuhvatni (gubitak) / dobit razdoblja, neto od poreza	(3.130)	967	n/p
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	2.956	10.858	27,2
Pripisivo:			
Dioničarima Društva	2.955	10.815	27,3
Manjinskim interesima	1	43	2,3
Ukupno sveobuhvatna dobit razdoblja	2.956	10.858	27,2

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

u tisućama eura, nerevidirano	31. ožujka 2025.	31. prosinca 2024.
IMOVINA		
Dugotrajna imovina		
Nekretnine, postrojenja i oprema	224.057	216.048
Pravo na korištenje imovine	80.155	77.165
Ulaganja u nekretnine	8.580	9.903
Nematerijalna imovina	221.170	222.444
Odgođena porezna imovina	7.901	6.807
Financijska imovina po fer vrijednosti	108	109
kroz ostalu sveobuhvatnu dobit		
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	13.976	13.894
	555.947	546.370
Kratkotrajna imovina		
Zalihe	156.535	126.357
Potraživanja od kupaca i ostala potraživanja	250.749	244.775
Potraživanja za porez na dobit	2.010	2.200
Derivativni financijski instrumenti	1.066	5.827
Novac i novčani ekvivalenti	39.446	53.206
	449.806	432.365
Imovina namijenjena prodaji	7.392	7.392
Ukupno kratkotrajna imovina	457.198	439.757
UKUPNO IMOVINA	1.013.145	986.127
KAPITAL I OBVEZE		
Kapital i rezerve pripisive dioničarima Društva		
Dionički kapital	106.698	106.698
Dionička premija	28.979	28.979
Vlastite dionice	(4.464)	(4.347)
Pričuve	4.434	5.909
Zadržana dobit	329.695	323.621
	465.342	460.860
Manjinski interesi	1.163	1.162
Ukupno kapital	466.505	462.022
Dugoročne obveze		
Obveze po primljenim kreditima	51.087	57.114
Obveze po najmovima	67.856	65.061
Odgođena porezna obveza	21.676	22.732
Ostale dugoročne obveze	51	51
Rezerviranja	9.771	9.773
	150.441	154.731
Kratkoročne obveze		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze	230.239	227.963
Obveze po primljenim kreditima	136.280	114.128
Obveze po najmovima	16.483	16.087
Tekuća obveza poreza na dobit	6.903	5.961
Rezerviranja	6.294	5.235
	396.199	369.374
Ukupne obveze	546.640	524.105
UKUPNO KAPITAL I OBVEZE	1.013.145	986.127

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O PROMJENAMA KAPITALA

	Od dioničara Društva					
	Dionički kapital, dionička premija i vlastite dionice	Pričuve	Zadržana dobit	Ukupno	Manjinski interesi	Ukupno
u tisućama eura, nerevidirano						
Stanje 1. siječnja 2024.	132.948	(712)	312.987	445.223	1.035	446.258
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	9.859	9.859	32	9.891
Ostala sveobuhvatna dobit	-	956	-	956	11	967
Ukupno sveobuhvatna dobit	-	956	9.859	10.815	43	10.858
Transakcije s vlasnicima:						
Otkup vlastitih dionica	(1.597)	-	-	(1.597)	-	(1.597)
Stanje 31. ožujka 2024.	131.351	244	322.846	454.441	1.078	455.519
Stanje 1. siječnja 2025.	131.330	5.909	323.621	460.860	1.162	462.022
Sveobuhvatna dobit:						
Neto dobit za razdoblje	-	-	6.074	6.074	12	6.086
Ostali sveobuhvatni gubitak	-	(3.119)	-	(3.119)	(11)	(3.130)
Ukupno sveobuhvatni (gubitak) / dobit	-	(3.119)	6.074	2.955	1	2.956
Transakcije s vlasnicima:						
Dodjela dionica	-	1.644	-	1.644	-	1.644
Otkup vlastitih dionica	(117)	-	-	(117)	-	(117)
Stanje 31. ožujka 2025.	131.213	4.434	329.695	465.342	1.163	466.505

KONSOLIDIRANI IZVJEŠTAJ O NOVČANOM TOKU

u tisućama eura, nerevidirano	Siječanj - Ožujak 2025.	Siječanj - Ožujak 2024.
Novčani tok (korišten za) / iz poslovnih aktivnosti		
Neto dobit razdoblja	6.086	9.891
Porez na dobit	2.326	2.465
Amortizacija i umanjenje vrijednosti	12.697	10.687
Dobitak od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(12)	(104)
Ispravak vrijednosti kratkotrajne imovine	819	544
Tečajne razlike – neto	66	(17)
Povećanje rezerviranja za rizike i troškove	2.702	1.278
Gubici od svođenja na fer vrijednost financijske imovine	87	49
Prihodi od kamata	(155)	(450)
Rashodi od kamata	1.820	2.159
Ostale nenovčane promjene – neto	710	12
Promjene u radnom kapitalu:		
Povećanje zaliha	(30.795)	(21.176)
(Povećanje) / smanjenje kratkotrajnih potraživanja	(6.216)	5.111
Povećanje kratkoročnih obveza	4.547	12.902
Novac (korišten za) / generiran poslovanjem	(5.318)	23.351
Plaćene kamate	(2.268)	(2.449)
Plaćeni porez na dobit	(2.301)	(1.735)
	(9.887)	19.167
Novčani tok korišten za investicijske aktivnosti		
Nabava nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	(16.131)	(17.149)
Primici od prodaje nekretnina, postrojenja i opreme i nematerijalne imovine	16	152
Stjecanje podružnica i primici od prodaje podružnica – neto od novca u stečenim/prodanim podružnicama	-	(35.527)
Dani zajmovi i depoziti	(502)	(424)
Otplata danih zajmova i depozita	436	8.245
Primljene kamate	175	422
	(16.006)	(44.281)
Novčani tok iz financijskih aktivnosti		
Otkup vlastitih dionica	(117)	(1.597)
Primici od primljenih kredita, neto od plaćenih naknada	25.000	32.801
Otplata primljenih kredita	(8.361)	(21.533)
Otplata glavnice po najmovima	(4.389)	(3.884)
	12.133	5.787
Neto smanjenje novca i novčanih ekvivalenata	(13.760)	(19.327)
Novac i novčani ekvivalenti na početku razdoblja	53.206	72.553
Novac i novčani ekvivalenti na kraju razdoblja	39.446	53.226

BILJEŠKA 1 – OPĆI PODACI

Atlantic Grupa d.d. („Društvo“) i ovisna društva („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, drugim europskim tržištima te Rusiji. 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 Barcaffè, iz segmenta pića – Cockta i Cedevita, s portfeljem brendova iz segmenta slatko i slano – Smoki, Najlepše želje i Bananica, brendom Argeta iz segmenta delikatesnih namaza te prirodnom mineralnom vodom Donat. Dodatno, Grupa je vlasnik vodećeg ljekarničkog lanca u Hrvatskoj pod brendom Farmacia. S vlastitom distribucijskom mrežom u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Austriji, Sjevernoj Makedoniji te Rusiji, Grupa isto tako distribuira niz proizvoda vanjskih partnera. Grupa ima proizvodna postrojenja u Hrvatskoj, Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini te Sjevernoj Makedoniji s društvima i predstavništvima u 10 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 Vodećem tržištu Zagrebačke burze.

Sažete konsolidirane financijske izvještaje Grupe za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine odobrila je Uprava Društva u Zagrebu 23. travnja 2025. godine.

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji nisu revidirani.

BILJEŠKA 2 – OSNOVA SASTAVLJANJA I RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

2.1. OSNOVA SASTAVLJANJA

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje koje je završilo 31. ožujka 2025. godine sastavljeni su sukladno Međunarodnom računovodstvenom standardu 34 – Financijsko izvještavanje u toku godine, koji je usvojila Europska Unija (EU).

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji ne uključuju sve podatke i objave koji su obavezni za godišnje konsolidirane financijske izvještaje te ih se treba čitati zajedno s godišnjim konsolidiranim financijskim izvještajima Grupe na dan 31. prosinca 2024. godine. Godišnji konsolidirani financijski izvještaji Grupe sastavljeni su sukladno Međunarodnim standardima financijskog izvještavanja (MSFI) koje je usvojila EU.

2.2. VREMENSKA NEOGRANIČENOST POSLOVANJA

Uprava Društva smatra kako Grupa raspolaže s dovoljno resursa za nastavak rada u doglednoj budućnosti te nije utvrdila značajne neizvjesnosti vezane uz poslovne događaje i uvjete koji mogu dovesti u sumnju vremensku neograničenost poslovanja Grupe. Sukladno tome, sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine sastavljeni su po načelu vremenske neograničenosti poslovanja.

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

2.3. ZNAČAJNE RAČUNOVODSTVENE POLITIKE

Sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine pripremljeni su temeljem istih računovodstvenih politika, prikaza i metoda izračuna koji su se koristili prilikom pripreme godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2024. godine.

2.4. SEZONSKI UTJECAJ

Grupa nije izložena značajnim sezonskim ili cikličkim promjenama u svom poslovanju.

BILJEŠKA 3 – KLJUČNE RAČUNOVODSTVENE PROCJENE

Prilikom izrade sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine nije bilo promjena u ključnim računovodstvenim procjenama u odnosu na procjene korištene prilikom izrade godišnjih konsolidiranih financijskih izvještaja Grupe na dan 31. prosinca 2024. godine.

Grupa je napravila procjenu postoje li indikacije umanjenja vrijednosti dugotrajne nematerijalne imovine, uključivo i promjene diskontnih stopa koje reflektiraju trenutno stanje premija rizika na pojedinim tržištima te za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka 2025. godine nije priznato umanjenje vrijednosti iste.

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O POSLOVNIM SEGMENTIMA

Model operativnog poslovanja Grupe organiziran je kroz pet strateških poslovnih područja i jedno poslovno područje. Uz poslovna područja uspostavljen je zasebni odjel – Novi rast koji je fokusiran na razvoj novih brendova Atlantic Grupe.

Poslovi distribucije organizirani su na način da pokriju šest najvećih tržišta – Hrvatska, Srbija, Slovenija, Sjeverna Makedonija, Rusija i Austrija te odjel Globalnog upravljanja mrežom distributera koji pokriva tržišta kojima se dominantno upravlja putem distribucijskih partnera.



SPP – Strateško poslovno područje
SDP – Strateško distribucijsko područje
PP – Poslovno područje
DP – Distribucijsko područje

Zbog efikasnijeg upravljanja pojedinačnim poslovnim i distribucijskim područjima, organizacijska područja ujedinjavaju zajedno slične poslovne aktivnosti ili proizvode, zajednička tržišta ili kanale prodaje.

BILJEŠKA 4 – INFORMACIJE O POSLOVNIM SEGMENTIMA (nastavak)

Zbog činjenice da DP Rusija, DP Austrija, Globalno upravljanje mrežom distributera te Novi rast 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 odjeli podrške na svim tržištima Atlantic Grupe) te su isključena iz izvještavanih operativnih segmenata.

Ocjenjivanje uspjeha operativnih segmenata temeljeno je na dobiti ili gubitku iz poslovanja. Na razini Grupe upravlja se prihodima i rashodima od financiranja i porezom na dobit te oni nisu alocirani po operativnim segmentima, a porez obračunava pojedinačno na razini svakog entiteta u skladu s propisima države u kojoj entitet djeluje.

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

Prihodi od prodaje*	Sij. - Ožu.	Sij. - Ožu.
<i>(u tisućama eura)</i>	2025.	2024.
SPP Kava	63.556	47.477
SPP Delikatesni namazi	42.662	35.693
SPP Slatko i slano	30.967	30.343
SPP Pića	20.718	22.654
SPP Ljekarničko poslovanje	24.401	22.595
PP Donat	9.561	8.889
SDP Hrvatska	55.103	55.117
SDP Srbija	66.957	53.207
SDP Slovenija	41.991	39.197
SDP Sjeverna Makedonija	14.842	13.346
Ostali segmenti	26.108	23.180
Usklada	(136.972)	(115.087)
Ukupno	259.894	236.611

* Usporedno razdoblje prilagođeno je izvještavanju za 2025. godinu

BILJEŠKA 5 – ZARADA PO DIONICI

Osnovna zarada po dionici

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

	<u>2025.</u>	<u>2024.</u>
Neto dobit dioničarima Društva (<i>u tisućama eura</i>)	6.074	9.859
Prosječno ponderirani broj redovnih izdanih dionica	13.258.607	13.279.265
Osnovna zarada po dionici (<i>u eurima</i>)	0,46	0,74

Razrijeđena zarada po dionici

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

BILJEŠKA 6 – DUGOTRAJNA MATERIJALNA I NEMATERIJALNA IMOVINA

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2025. godine, Grupa je uložila 13.829 tisuća eura u nabavku nekretnina, postrojenja i opreme te nematerijalne imovine (2024.: 14.473 tisuće eura).

BILJEŠKA 7 – ZALIHE

Tijekom tromjesečnog razdoblja završenog 31. ožujka 2025. godine, Grupa je iskazala vrijednosno usklađenje zaliha u iznosu od 617 tisuća eura (2024.: 432 tisuće eura) uslijed oštećenja i kratkog roka trajanja. Ovaj trošak uključen je u poziciju „Ostali troškovi poslovanja“.

BILJEŠKA 8 – RASHODI OD FINANCIRANJA – NETO

<i>(u tisućama eura)</i>	<u>Sij. - Ožu. 2025.</u>	<u>Sij. - Ožu. 2024.</u>
Financijski prihodi		
Dobici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	25	23
	<u>25</u>	<u>23</u>
Financijski rashodi		
Rashodi od kamata po primljenim kreditima od banaka	1.029	1.530
Rashodi od kamata po ugovorima po najmovima	696	499
Rashodi od kamata po obveznicama	95	95
Ostali rashodi od kamata	-	35
Rashodi od kamata - ukupno	<u>1.820</u>	<u>2.159</u>
Gubici od tečajnih razlika po primljenim kreditima i obvezama po najmovima	91	6
	<u>1.911</u>	<u>2.165</u>
Rashodi od financiranja - neto	<u>1.886</u>	<u>2.142</u>

BILJEŠKA 9 – ODNOSI S POVEZANIM STRANAMA

Poslovne transakcije s povezanim stranama koje se odnose na stanja u bilanci na dan 31. ožujka 2025. godine i 31. prosinca 2024. godine i stavke računa dobiti i gubitka za tromjesečno razdoblje završeno 31. ožujka su kako slijedi:

<i>(u tisućama eura)</i>	<u>31. ožujka 2025.</u>	<u>31. prosinca 2024.</u>
POTRAŽIVANJA		
Dugotrajna potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		
Ostale povezane strane	1.009	1.009
Kratkotrajna potraživanja od kupaca i ostala potraživanja		
Ostale povezane strane	21.701	15.625
OBVEZE		
Obveze prema dobavljačima i ostale obveze		
Ostale povezane strane	505	316
	<u>Sij. - Ožu. 2025.</u>	<u>Sij. - Ožu. 2024.</u>
PRIHODI		
Prihodi od prodaje		
Ostale povezane strane	26.561	20.474
Ostali prihodi		
Ostale povezane strane	14	4
RASHODI		
Troškovi marketinga i unapređenja prodaje		
Ostale povezane strane	126	382
Ostali troškovi poslovanja		
Ostale povezane strane	85	45

IZJAVA OSOBA ODGOVORNIH ZA SASTAVLJANJE FINANCIJSKIH IZVJEŠTAJA

Temeljem odredbi Zakona o tržištu kapitala, Zoran Stanković, potpredsjednik Grupe za financije, nabavu i investicije i Tatjana Ilinčić, direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije, osoba zadužena za korporativno računovodstvo, izvještavanje i konsolidaciju, zajedno kao osobe odgovorne za sastavljanje sažetih konsolidiranih financijskih izvještaja društva Atlantic Grupa d.d. Zagreb, Miramarska 23, OIB 71149912416 („Društvo“), ovime daju sljedeću

IZJAVU:

Prema našem najboljem saznanju sažeti konsolidirani financijski izvještaji za tromjesečno razdoblje koje završava 31. ožujka 2025. godine sastavljeni su uz primjenu odgovarajućih standarda financijskog izvještavanja te daju cjelovit i istinit prikaz imovine i obveza, gubitaka i dobitaka, financijskog položaja i poslovanja Društva i ovisnih društava (zajedno – „Grupe“).

Izvještaj Uprave Društva za razdoblje od 1. siječnja do 31. ožujka 2025. godine sadržava istinit prikaz razvoja i rezultata poslovanja i položaja Grupe, uz opis najznačajnijih rizika i neizvjesnosti kojima je Grupa izložena.

Sažete konsolidirane nerevidirane financijske izvještaje Grupe za tromjesečno razdoblje koje završava 31. ožujka 2025. godine odobrila je Uprava društva Atlantic Grupa d.d. na sjednici održanoj 23. travnja 2025. godine.



Zoran Stanković
Potpredsjednik Grupe za financije, nabavu i investicije



Tatjana Ilinčić
Direktorica Korporativnog izvještavanja i konsolidacije

Kontakt:

Atlantic Grupa d.d.

Miramarska 23

10 000 Zagreb

Hrvatska

Tel: +385 1 2413 322

E-mail: ir@atlanticgrupa.com

ATLANTIC GRUPA d.d.

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

Tvrtka je upisana: Trgovački sud u Zagrebu

MBS: 080245039

MB: 1671910

OIB: 71149912416

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

Broj dionica i njihov nominalni iznos: 13.337.200 dionica, svaka nominalnog iznosa
8,00 EUR

Temeljni kapital od 106.697.600,00 EUR uplaćen je u cijelosti.

Uprava: Emil Tedeschi, Neven Vranković, Zoran Stanković, Lada Tedeschi Fiorio,

Srećko Nakić, Enzo Smrekar, Mate Štetić

Predsjednik Nadzornog odbora: Zoran Vučinić

