

1. SREČANJE INVESTITORJEV IN FINANČNIH ANALITIKOV

Ljubljana, 9. september 2010



Mercator

Program:

13⁰⁰ - 14⁰⁰

Poslovanje Skupine Mercator v letu 2010

mag. Žiga Debeljak, predsednik uprave

14⁰⁰ - 14³⁰

Poslovni rezultati Skupine Mercator v letu 2010

mag. Melita Kolbezen, pomočnica predsednika uprave

14³⁰ - 15³⁰

Vprašanja in odgovori

15³⁰ - 16³⁰

Neformalno druženje



Poslovanje Skupine Mercator v letu 2010

mag. Žiga Debeljak, predsednik uprave



Mercator

Gospodarske razmere v obdobju 1-6 2010

❑ **MAKROEKONOMSKE RAZMERE**

- makroekonomski položaj v državah zahodnega Balkana izjemno težaven;
- negativna gospodarska rast, tako v Sloveniji kot v državah JV Evrope.

❑ **POTROŠNJA**

- spremenjena struktura in obseg potrošnje;
- prisotna velika negotovost med potrošniki;
- nizki kazalniki zaupanja potrošnikov in padec realne kupne moči.

❑ **PLAČILNA DISCIPLINA**

- predstavlja pomembno tveganje zaradi zmanjšanja obsega kreditiranja podjetij in prebivalstva;
- vpliv na veleprodajo.

❑ **VALUTNA TVEGANJA**

- predvsem v Srbiji je prisotno valutno tveganje;
- največji negativni vpliv na poslovanje je imela deprecijacija srbskega dinarja (povprečni tečaj dinarja napram evru se je v prvi polovici leta 2010 glede na enako obdobje leta 2009 spremenil za 5,8 %, končni tečaj pa kar za 8,0 %.)

Odzivi potrošnikov na zmanjšano kupno moč

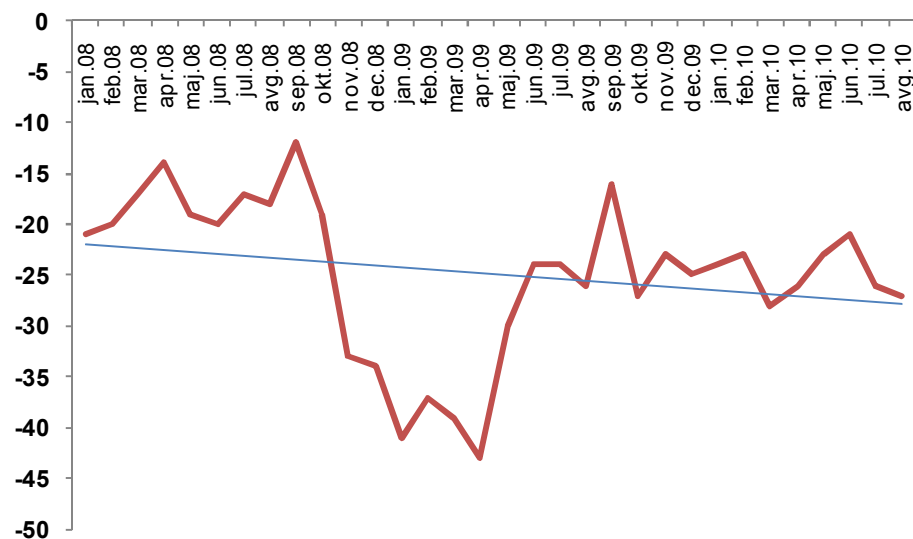


*Vir: Consumer Insights/MGI Europe survey, McKinsey Global Institute EU Consumer Team analysis

Gibanje prihodkov v trgovini na drobno in kazalnik zaupanja potrošnikov

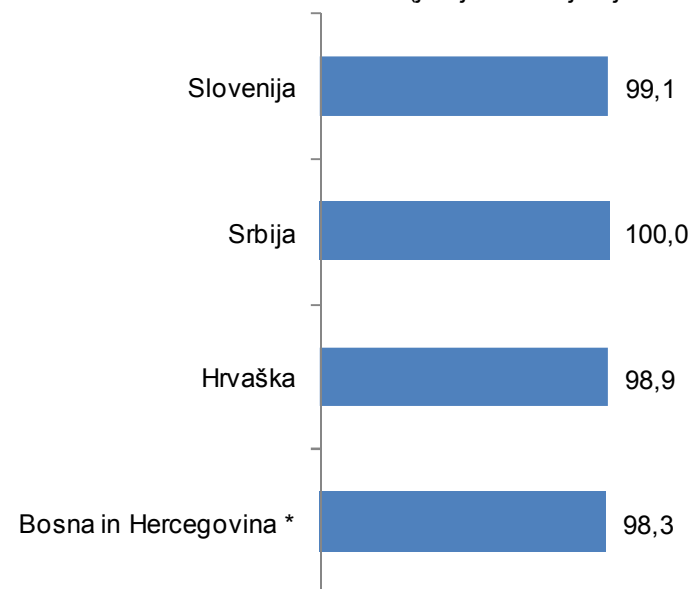


Kazalnik zaupanja potrošnikov (SLO)



Vir: SURS

Gibanje prihodkov v trgovini na drobno (jan-jun 2010/jan-jun 2009)



Vir: Državni statistični organi

*Podatki se nanašajo samo na Federacijo BiH

Strategija poslovanja

1

Naša **vizija** je biti prva izbira ljudi pri nakupu izdelkov za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu in dom.

STRATEŠKI CILJI

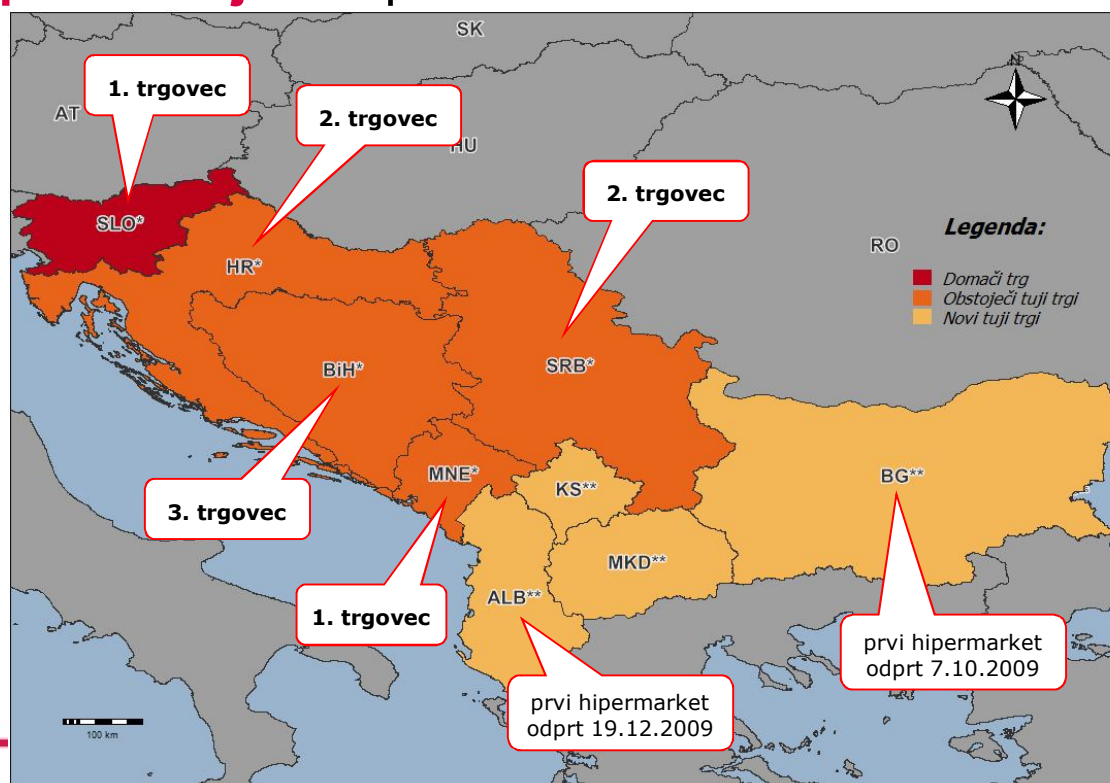
1. Na domačem trgu (Slovenija):
 - Ohraniti položaj vodilnega trgovca z izdelki za vsakdanjo rabo.
 - Utrditi položaj drugega največjega trgovca z izdelki za dom.
 - Razvijati dopolnilne trgovske storitve v povezavi s sistemom zvestobe
2. Na obstoječih tujih trgih (Srbija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Črna Gora):
 - Utrditi oziroma doseči položaj drugega največjega trgovca z izdelki za vsakdanjo rabo.
 - Uvrstiti se med tri največje trgovce z izdelki za dom.
 - Razvijati dopolnilne trgovske storitve v povezavi s sistemom zvestobe.
3. Na novih tujih trgih (Bolgarija, Albanija, Makedonija, Kosovo):
 - Uvrstiti se med pet največjih trgovcev z izdelki za vsakdanjo rabo.

Trgi poslovanja

7

trgov poslovanja Skupine Mercator

- 1949** ✓ Slovenija
- 2000** ✓ Hrvaška
✓ Bosna in Hercegovina
- 2002** ✓ Srbija
- 2007** ✓ Črna gora
- 2009** ✓ Bolgarija
✓ Albanija

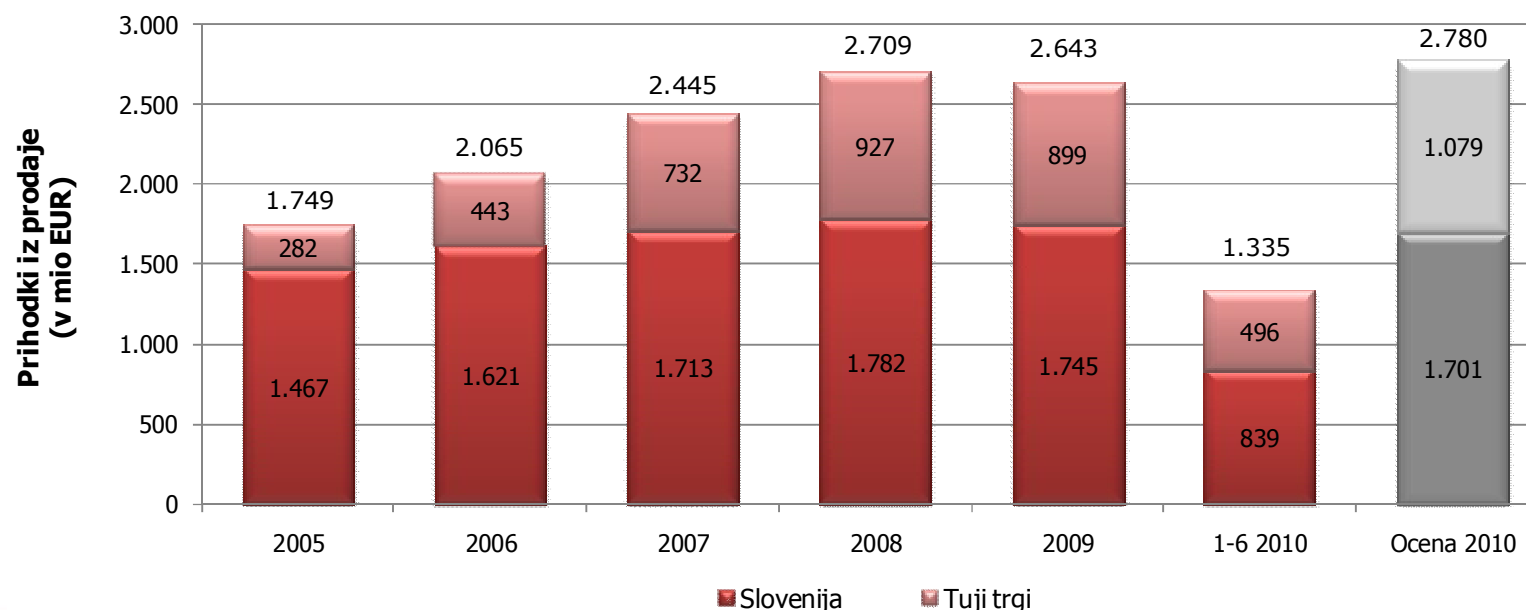


Vir: Valicon, Planet Retail, lastne ocene

Prihodki iz prodaje

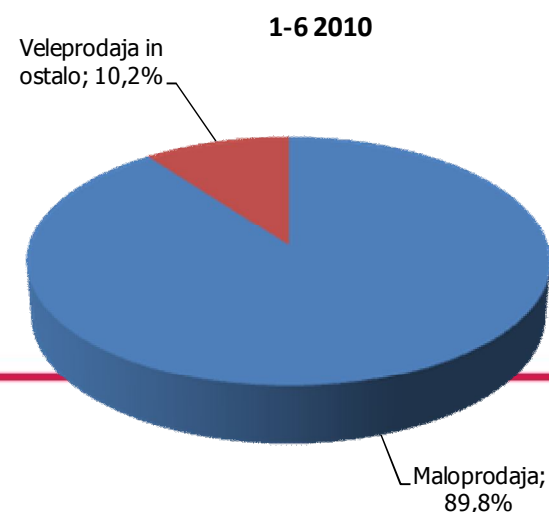
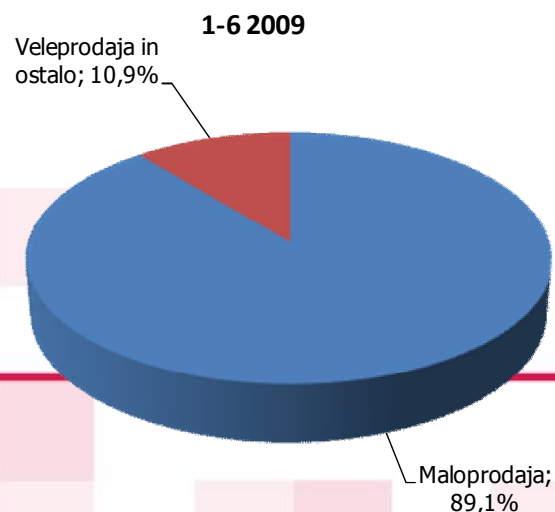
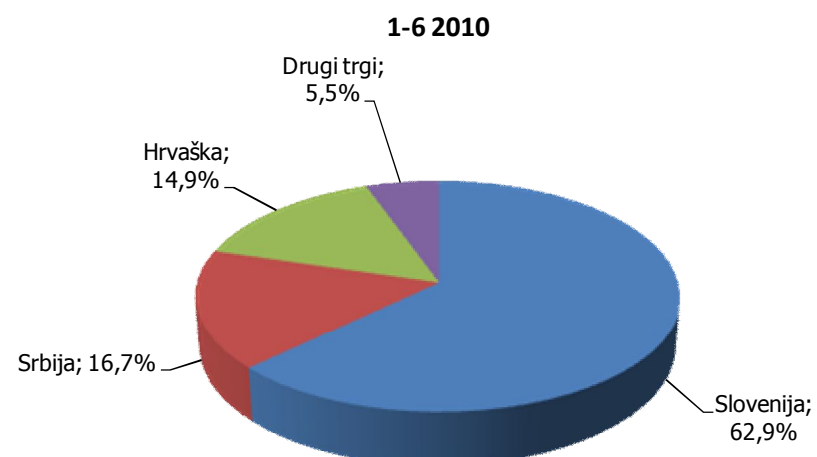
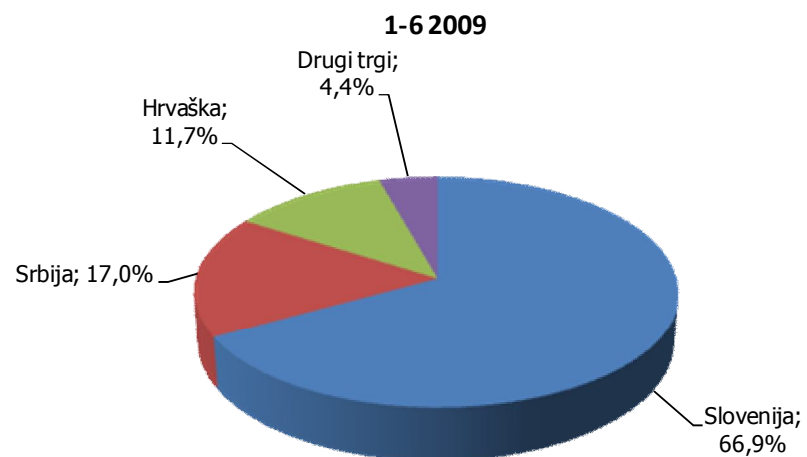
1.335 mio EUR

prihodkov iz prodaje je Skupina Mercator ustvarila v obdobju 1-6 2010, kar je 3,2-odstotna rast glede na enako obdobje preteklega poslovnega leta



Ob upoštevanju stalnih tečajev to pomeni 3,9-odstotno rast glede na enako obdobje leta 2009.

Prihodki iz prodaje



3 x 3 ukrepi za uspešno leto 2010

3 x 3

**1. Prilagajanje
ponudbe za
potrošnike**

1. Cenovna konkurenčnost
2. Prilagoditev asortimana
3. Nadgradnja sistema zvestobe

**2. Poslovna
racionalizacija**

1. Produktivnost in stroškovna racionalizacija
2. Omejitev obsega investicij
3. Obvladovanje tveganj

**3. Povečanje
poslovne
prožnosti**

1. Nova organizacija Skupine
2. Izkoriščanje poslovnih priložnosti v regiji
3. Priprava na monetizacijo nepremičninskega portfelja

1. Prilagajanje ponudbe za potrošnike

Strateški trženjski dejavniki



Kakovost in vrednost

Široka in kakovostna ponudba po konkurenčnih cenah.



Potrošniki

Dolgoročni programi zvestobe, raziskave potrošnikov & CRM, trajnostni razvoj in družbena odgovornost.



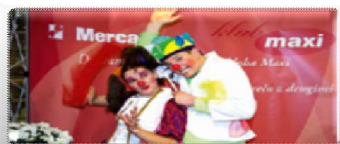
Nakupna izkušnja in raznoliki prodajni formati

Sodobno, inovativno in intuitivno nakupovalno okolje za edinstveno nakupno izkušnjo, podprto z visokim nivojem storitve.



Lokalna proizvodnja in globalna nabava

Krepitev lokalne proizvodnje na eni in racionalizacija s pomočjo globalnih nabavnih virov na drugi strani.



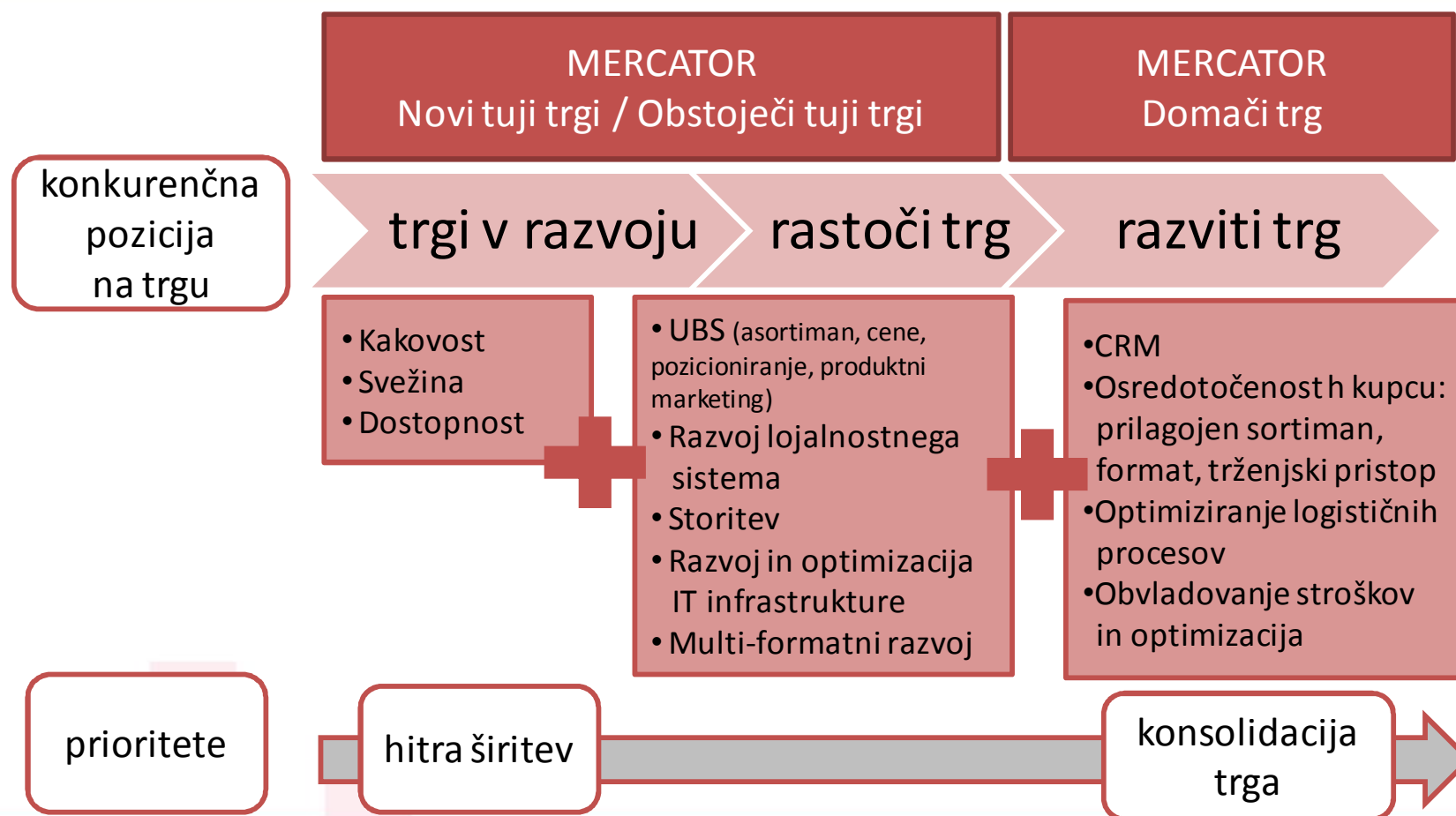
Odgovornost do družbe in okolja

Ustvarjamo koristi za zaposlene, okolje in ljudi.

Mercatorjev trženjski proces in cilji



Mercatorjevi trgi z različnimi strateškimi prioritetami



Strategija tržnega pozicioniranja



Mercator

- ☐ premium & value,
- ☐ »primarna« blagovna znamka,
- ☐ inovativen, moderen trgovec z atraktivno ponudbo.



RODA



- ☐ economy & value,
- ☐ zagotavljanje osnovnih potreb prebivalstva,
- ☐ pridobivanje ekonomij obsega, pridobivanje tržnega deleža.

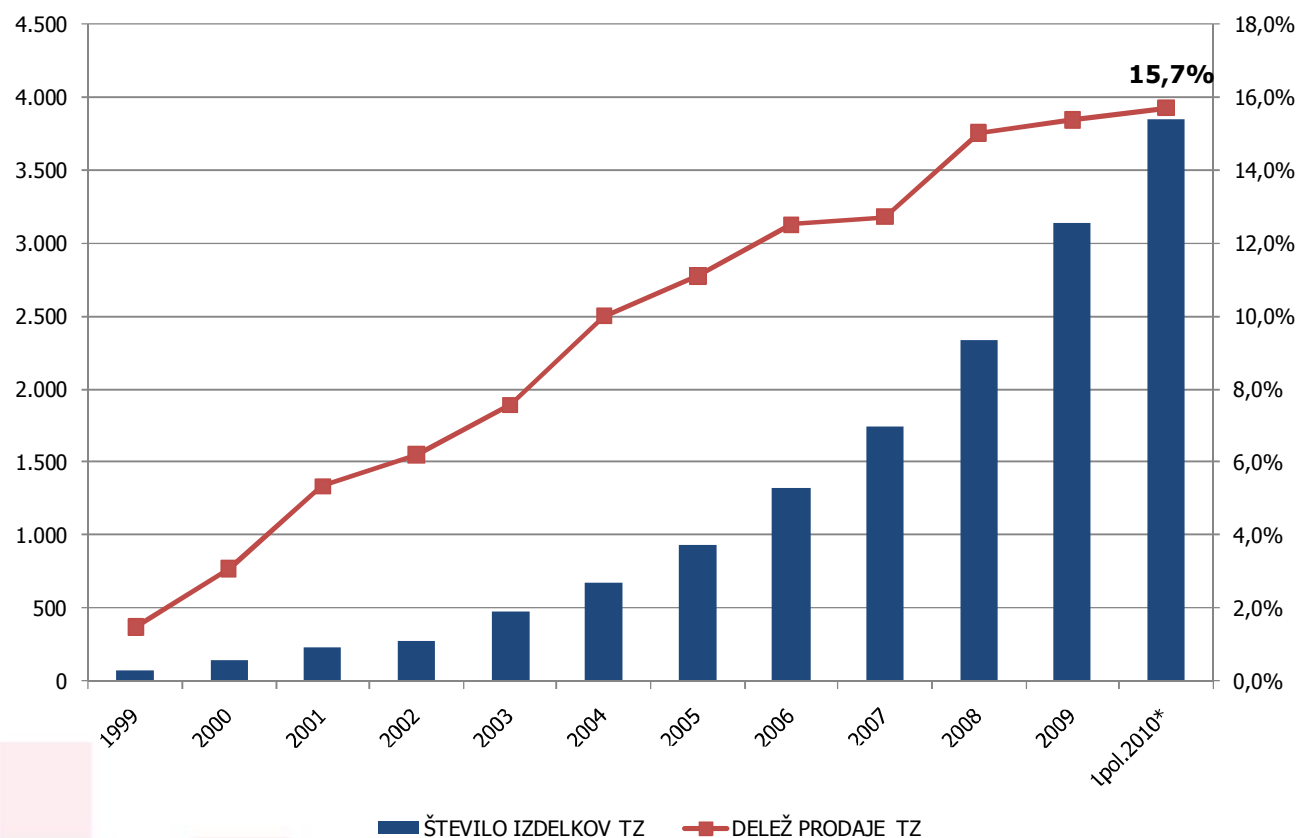
DRŽAVA	BLAGOVNA ZNAMKA	ŽE UVEDENO
SLOVENIJA	MERCATOR 	✓
	HURA 	✓
HRVAŠKA	MERCATOR 	✓
	GETRO 	✓
SRBIJA	MERCATOR 	✓
	RODA 	✓
BOSNA IN HERCEGOVINA	MERCATOR 	✓
	GETRO 	
	RODA 	
ČRNA GORA	MERCATOR 	✓
	RODA 	✓
BOLGARIJA	MERCATOR 	✓
	RODA 	
ALBANIJA	MERCATOR 	✓

Klubi zvestobe in trgovska znamka

Klub Uživajmo zdravo	Lumpi klub	Klub Maxi	Klub M mobil
- Namenjen ljudem, ki jih druži ideja zdravega načina življenja. - Več kot 70.000 članov 	- NOVO v 2009 - Staršem nudi zanimive ideje in dejavnosti za otroke ter nasvete o vzgoji, prehrani, negi, učenju in igri. 20.000 članov 	- Združevati ljudi, ki nakupujejo v mestni prodajalni udobja Maxi in jim je pomembna visoka kakovost ponudbe ter strokovna storitev. 11.700 članov 	- Ponudba konkurenčnih predplačniških paketov mobilne telefonije in dodatnih ugodnosti - V letu 2010 bomo razvili novo vsebino. 

Države / Linije trgovske znamke	Linija Mercator	Generična linija	Zdravo življenje	Mizica, pogrnitev	Lumpi	Pekarna Grosuplje	Popolna nega	Ambient	Premium	Dvorec Trebnik	M Linija	Kranjski kolaček
Slovenija	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Srbija	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-
Hrvaška	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-
Bosna in Hercegovina	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-	✓	-
Črna gora	✓	-	-	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-
Bolgarija	✓	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-
Albanija	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	-	-	✓	-

Rast prodaje izdelkov trgovske znamke v Sloveniji



Na tujih trgih ustvarimo s prodajo izdelkov linij trgovske znamke Mercator do 5 % prihodkov.

***1pol.2010** - podatki o številu izdelkov za prvo polovico leta 2010 vključujejo vse izdelke (vse vonje in okuse), ki so se v tem obdobju prodajali. Za pretekla leta je podatek prilagojen glede na novo metodologijo pridobivanja podatkov.

Zvestoba kupcev – kartica Mercator Pika

1.498.058

imetnikov kartice Mercator Pika na dan 30.6.2010 na vseh trgih Mercatorjevega poslovanja

Imetniki kartice Mercator Pika	Slovenija	Srbija	Hrvaška	Bosna in Hercegovina	Skupaj
na dan 31.12.2009	917.499	154.915	243.329	118.056	1.433.799
na dan 30.6.2010	944.378	167.654	258.737	127.289	1.498.058
novi imetniki v 1-6 2010	26.879	12.739	15.408	9.233	64.259
rast deleža novih imetnikov	3 %	8 %	6 %	8 %	4 %



Kupcem ponujamo sledeče vrste kartic:

- modra gotovinska kartica
- zelena plačilno-kreditna kartica
- zlata plačilno-kreditna kartica
- poslovna kartica Mercator Pika



Nadgradnja zvestobe kupcev – CRM

Namen projekta CRM (consumer relationship management – upravljanje odnosa s kupci) je vzpostaviti analitično infrastrukturo in razvoj znanja o kupcih ter na osnovi tega izvajanje strategije upravljanja odnosa s kupci.

CRM – strateški projekt
Skupine Mercator

- Priprava **osnove** za razvoj – povezava podatkov o nakupih in podatkov o imetnikih kartic
- Pričetek **pridobivanja privolitev** imetnikov kartice Mercator Pika za profiliranje in analizo prodajnih podatkov
- **Testiranje** prvih personaliziranih promocijskih aktivnosti

Trenutne
najpomembnejše
aktivnosti

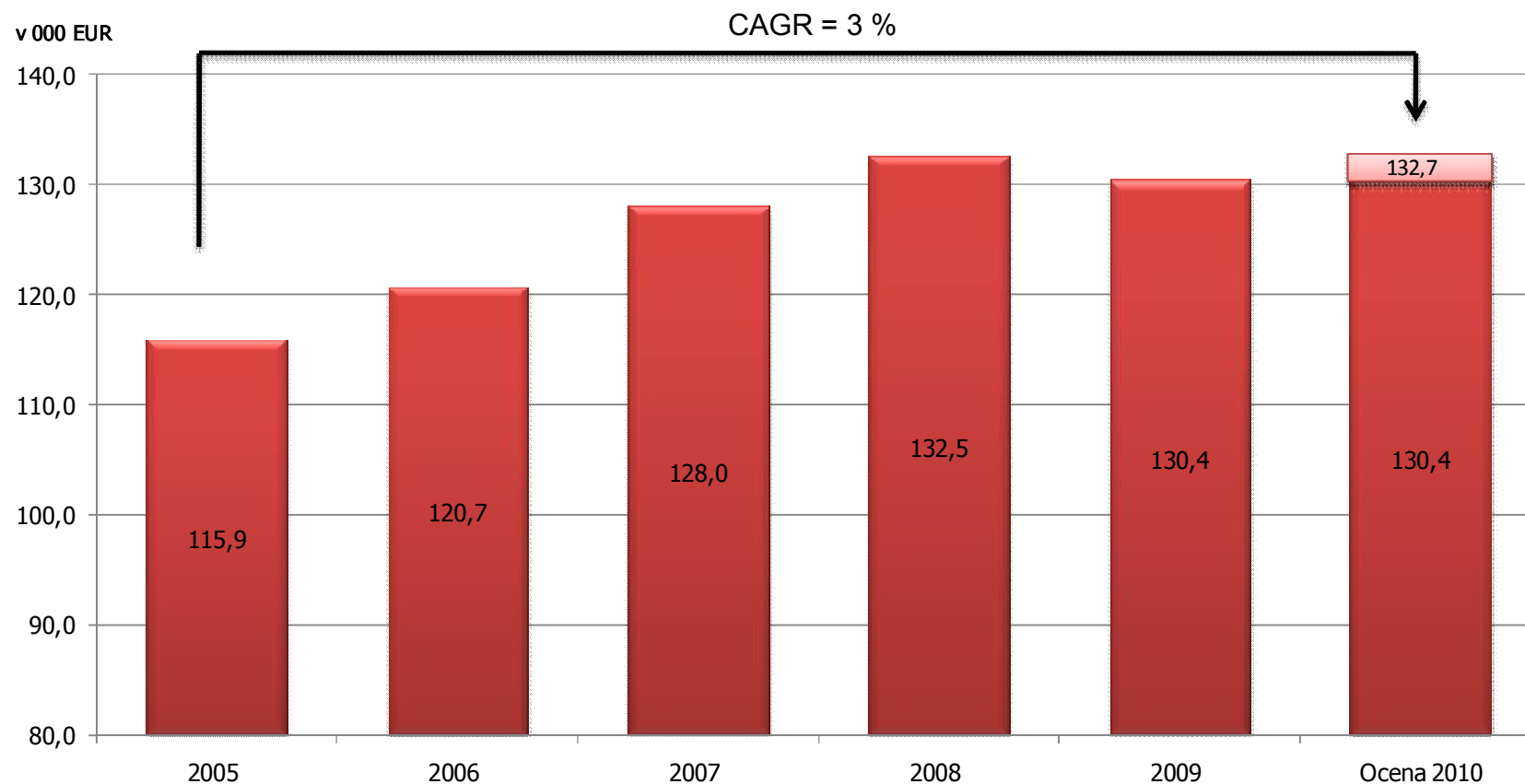
- **Izboljšanje kakovosti podatkov** in razvoj **segmentacije** kupcev in drugih analiz podatkov, potrebnih za pripravo usmerjenih, prilagojenih aktivnosti za naše kupce
- Vzpostavljanje **podpore operativni** izvedbi prilagojene ponudbe in komunikacije kupcem

Glavni cilji v letu 2010

- Vzpostavitev **analitične infrastrukture in znanja**
- Razvoj ključnih analitičnih **modelov**
- Razvoj in testiranje **prenovljenega bonitetnega sistema kartice Mercator Pika**

2. Poslovna racionalizacija

Fizična produktivnost dela



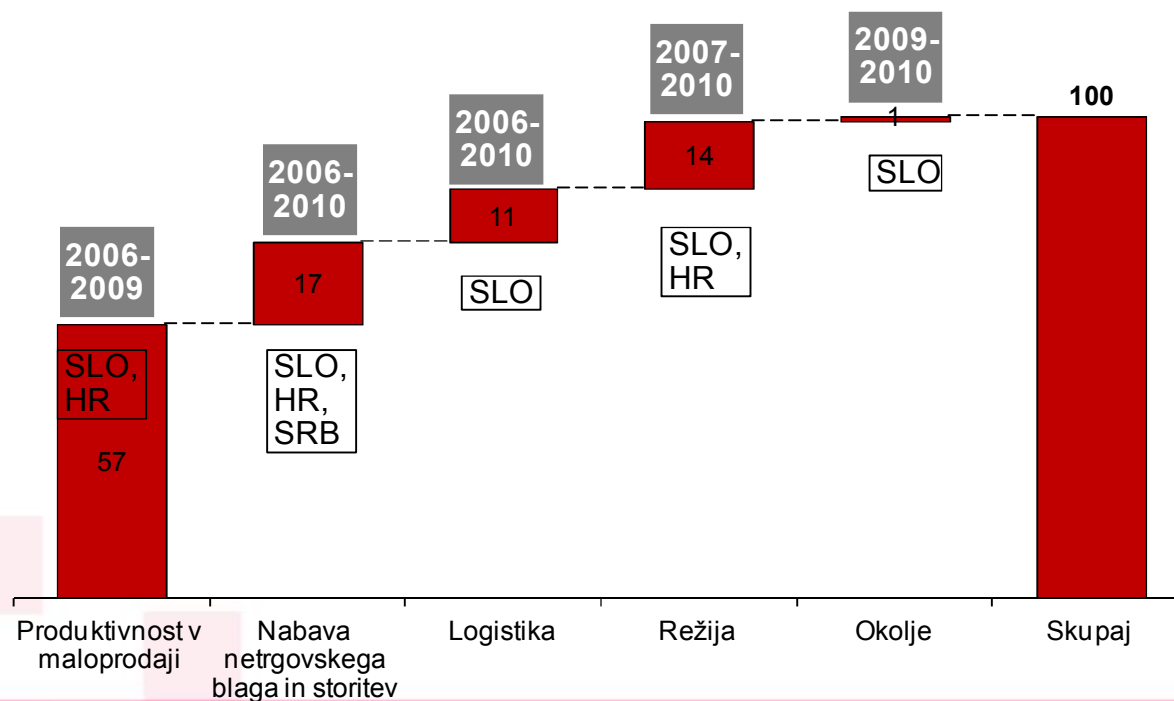
*ob stalnih tečajih

Program optimiziranja poslovanja Skupine Mercator

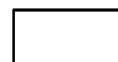


V obdobju od 2006-2010 potekajo projekti optimiziranja poslovanja na vseh ključnih področjih v treh državah.

**Struktura doseženih prihrankov na letni ravni po področjih
v odstotkih od skupnih prihrankov:**



Obdobje optimiranja



Države vključene v projekt

Program optimiziranja poslovanja Skupine Mercator (2)



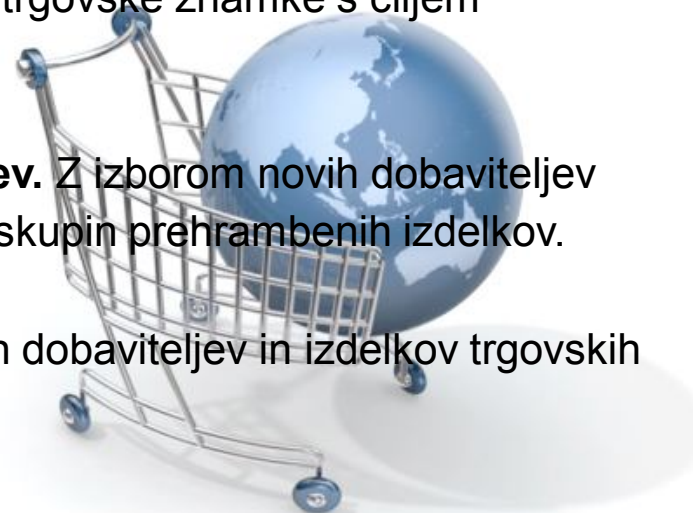
Pri vseh projektih so bile vpeljane bistvene spremembe v poslovanju, ki zagotavljajo trajnost učinkov.

Pregled ključnih sprememb, pristopa in učinkov:

Področje	Ključne spremembe	Ključni učinki
Produktivnost v maloprodaji	Uvedba fleksibilnega dela, standardov produktivnosti, orodij za načrtovanje delovne sile, orodij za upravljanje s prodajnimi enotami	Več kot 700 enot opremljenih z orodji za načrtovanje delovne sile po urah, povečanje produktivnosti v enotah
Nabava netrgovskega blaga in storitev	Centralizacija nabave netrgovskega blaga in storitev, standardizacija porabe, upravljanje z dobavitelji	Nabava več kot 10-ih največjih blagovnih skupin združena v enovit proces, stroškovna racionalizacija
Logistika	Optimiziranje transportnih poti in frekvenc dostav, racionalizacija skladiščne infrastrukture in procesov	Zmanjšanje števila dostav za več kot 53.000 na letni ravni
Režija	Poprevzemne integracije, optimiziranje procesov	7 nekdanjih trgovskih družb v Sloveniji združeno v enovito podjetje, integracija 3 podjetij tudi na Hrvaškem
Okolje	Upravljanje z energetiko, uvedba standardov porabe energentov	Znižanje porabe za 7 mio kWh na letni ravni

Globalna nabava

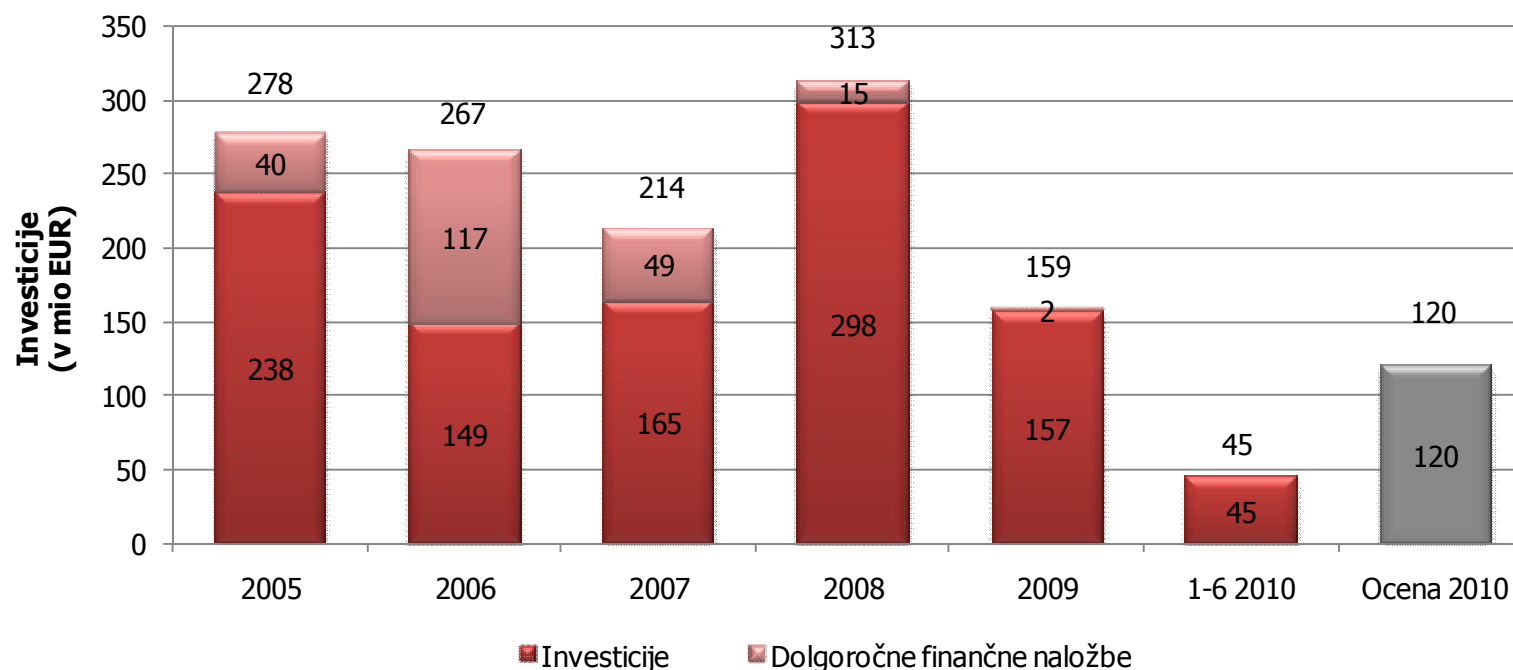
- ❑ **Prioriteta** globalne nabave je integracija nabavnega potenciala za trgovsko blago, trgovsko znamko in storitve ter iskanje optimalnih globalnih nabavnih virov.
- ❑ **Strategija in politika globalne nabave:**
 - **Slovenija** – poudarek na izboljšanju nabavnih pogojev z dobavitelji izdelkov trgovske znamke in s tem ustvarjanju večjih prihrankov in izboljšanju AGM-a,
 - **trgi JVE** – fokus na povečanju števila izdelkov trgovske znamke s ciljem povečanja deleža v skupni prodaji.
- ❑ **V obdobju 1-6 2010 je bilo zaključenih 9 tenderjev.** Z izborom novih dobaviteljev smo dosegli znižanje neto nabavnih cen določenih skupin prehrabnenih izdelkov.
- ❑ **Koordinacija nabave tekstilnih izdelkov** globalnih dobaviteljev in izdelkov trgovskih znamk za market formate za Skupino Mercator.



Investicije

45,3 mio EUR

je znašala vrednost **investicij** Skupine Mercator v obdobju 1-6 2010



Vključene so tudi investicije v zvezi z Getrojem v višini 16,8 mio EUR (oz. 37 % vseh investicij).

Otvoritve večjih enot v obdobju 1-6 2010

❑ Slovenija:

- supermarket v Šempetru pri Celju (prenova),
- poslovalnica M Holidays v Kopru,
- športna prodajalna Intersport v prostorih Mercator Centra Koper.

❑ Srbija:

- supermarket v Beogradu,
- supereto v Novem Sadu,
- supermarket v Bečeju,
- supermarket Roda Srbobran z najemniškimi lokali,
- tehnična prodajalna, umeščena v prostore Roda centra Senta.



Otvoritve večjih enot v obdobju 1-6 2010

❑ **Hrvaška:**

- supereto v Zagrebu,
- supermarket v Biogradu,
- prevzem poslovanja 16 Getrojevih Cash & Carry trgovin, vzeti v dolgoročni poslovni najem. Skupna površina vseh objektov znaša 106.528 m²,
- prevzem poslovanja Getrojevega distribucijskega centra v Zagrebu, vzetega v najem, ki ima 13.214 m² skupne površine.

❑ **Črna gora:**

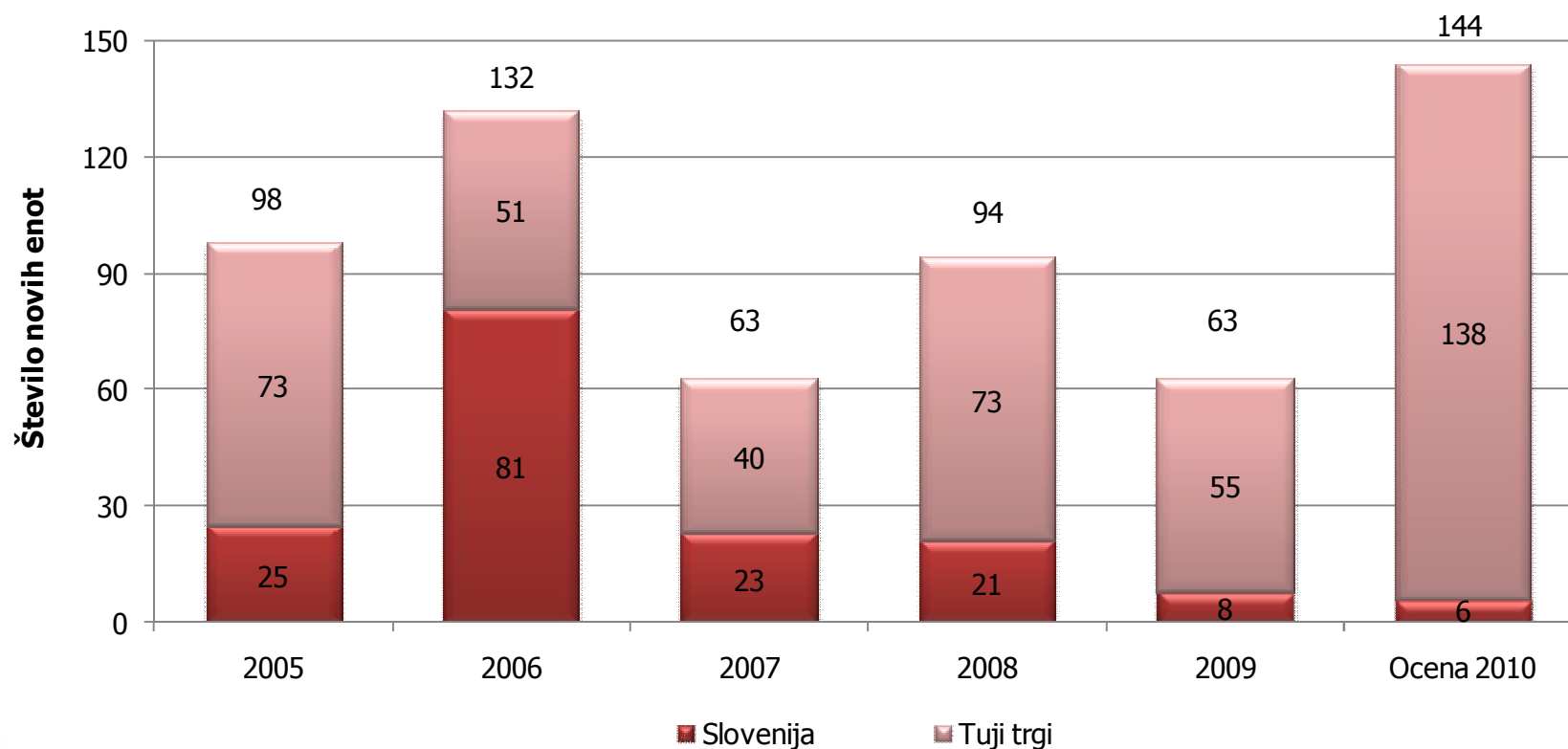
- supermarket Amelino v Ulcinju,
- supermarket v Baru (prenova).

❑ **Albanija:**

- sezonska prodajalna v zalivu Gjiri i Lalezit v bližini Drača.



Število novo vključenih maloprodajnih enot (otvoritve in prevzemi)



Upravljanje s tveganji

Kreditno tveganje

- aktivno bomo nadzirali izpostavljenost posameznemu kupcu, izvajali izterjavo terjatev in bolj intenzivno delali na zavarovanju terjatev

Likvidnostno tveganje

- skrbeli bomo za zagotavljanje zadostne likvidnostne rezerve za poravnavanje obveznosti, aktivnejše bomo izterjevali zapadle terjatve in optimizirali obseg nabavnih naročil

Valutno tveganje

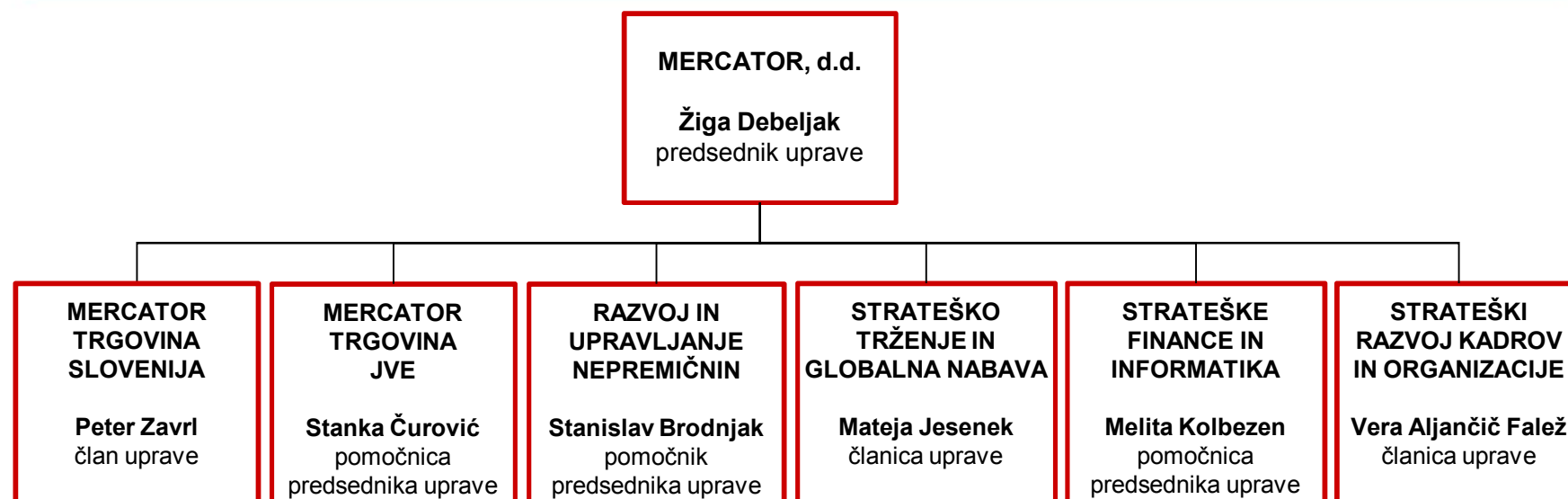
- aktivno bomo spremljali makroekonomsko ozadje gibanja deviznih tečajev in skušali na podlagi splošnih trendov z naravnim ščitenjem prilagoditi poslovanje v smeri neizpostavljanja valutnemu tveganju

Tveganje refinanciranja

- nadaljevali bomo z iskanjem alternativnih virov financiranja in pri vseh bankah, kjer je mogoče, sklenili dogovore o novih posojilih/leasingih z namenom nadomeščanja morebitnih nerefinciranih

3. Povečanje poslovne prožnosti

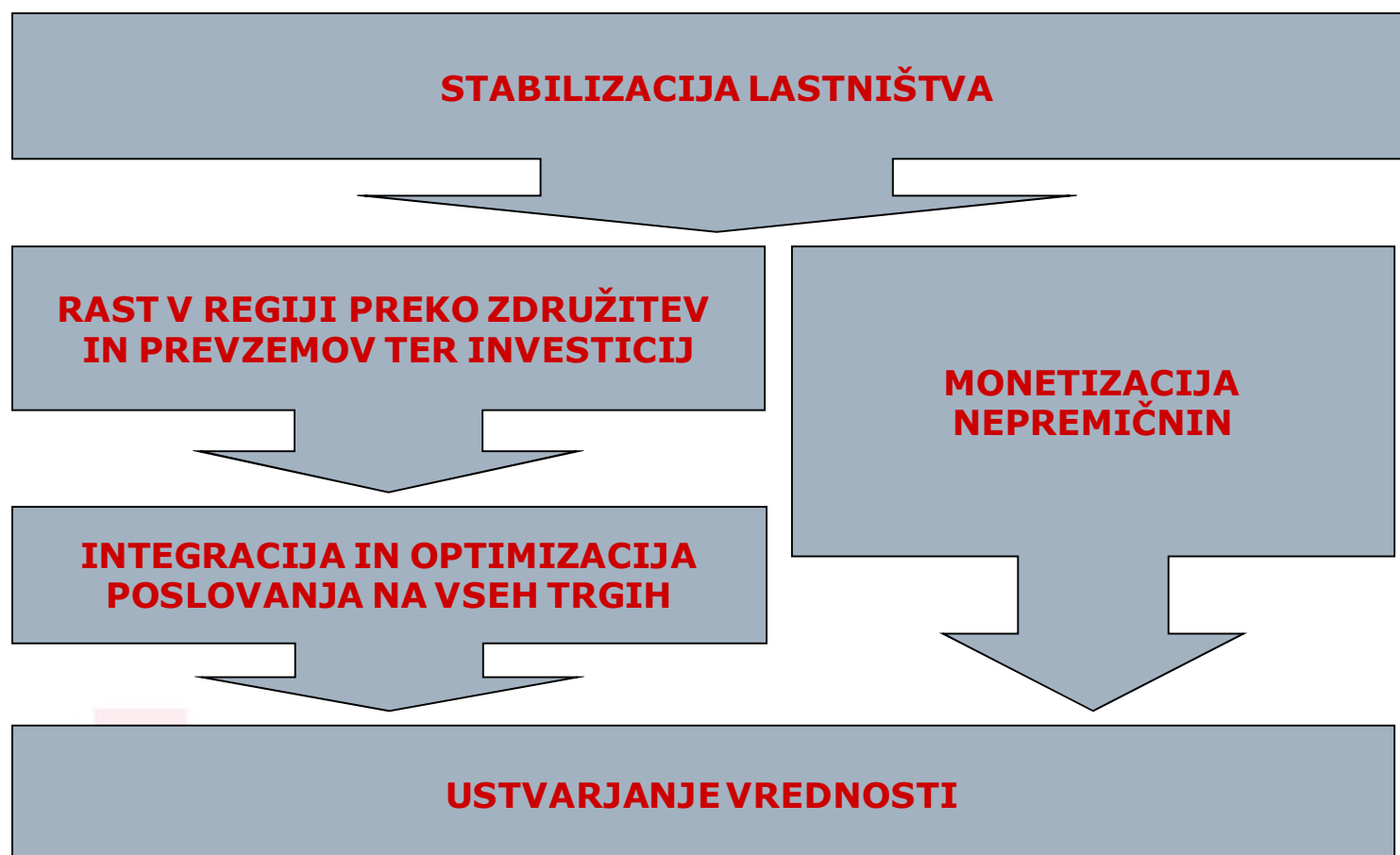
Organizacija skupine



Glavni razlogi reorganizacije so:

- večja lokalna odzivnost na vseh trgih,
 - boljša prilagojenost potrebam potrošnikov,
 - izboljšanje učinkovitosti poslovanja,
 - prilagoditev organizacije kompleksnosti mednarodnega poslovanja in
 - priprava na možnost monetizacije trgovskih nepremičnin.
-

Priložnosti za ustvarjanje strateške vrednosti



Strateške povezave v letu 2010



✓ **Getro**

16 trgovskih objektov in
distribucijski center s skupno
površino skoraj 120 tisoč m²



✓ **Skupina Panto**

77 trgovskih objektov s
skupno bruto prodajno
površino več kot 31 tisoč m²



✓ **Skupina Coka**

22 trgovskih objektov s
skupno bruto prodajno
površino več kot 12 tisoč m²
(v izvedbi)



Priprave na možnost monetizacije nepremičnin

- Bruto uporabne trgovske površine v upravljanju na dan 30.6.2010:

Bruto uporabna površina v m ²	Uporabljene za lastno dejavnost	Oddane v najem	Skupaj na dan 30.6.2010
Trgovske površine v lasti	816.890	186.478	1.003.368
Trgovske površine v najemu	273.201	24.017	297.218
Skupaj trgovske površine	1.090.091	210.495	1.300.586
Skladiščne površine v lasti	148.676	0	148.676
Skladiščne površine v najemu	15.642	0	15.642
Skupaj skladiščne površine	164.318	0	164.318
Poslovne površine v lasti	26.259	2.669	28.928
Poslovne površine v najemu	4.110	71	4.181
Skupaj poslovne površine	30.369	2.740	33.109
Uporabne površine v upravljanju	1.284.778	213.235	1.498.013
- od tega v lasti	991.825	189.147	1.180.972
- od tega v najemu	292.953	24.088	317.041

- Poštena vrednost nepremičnin v lasti Skupine Mercator na dan 30.6.2010 znaša 1,7 mlrd EUR (37 % predstavljajo zemljišča, 63 % zgradbe), neodpisana nabavna vrednost, ki ne vključuje učinkov prevrednotenij, pa znaša 1,5 mlrd EUR.

Priprave na možnost monetizacije nepremičnin (2)

- ☐ Cenitev nepremičnin je bila skladno z usmeritvami Skupine Mercator izvedena na dan 1.1.2010.
 - ☐ Ocena življenjskih dob nepremičnin in opreme je bila po stanju na dan 1.1.2010 izvedena s strani zunanjih neodvisnih ocenjevalcev po predpisani metodologiji.
 - ☐ V okviru številnih ukrepov optimizacije poslovanja je Mercator v zadnjih letih na vseh področjih neposredno ali posredno vplival tudi na življenjske dobe nepremičnin in opreme, in sicer:
 - ☐ visoka vlaganja v tekoče in investicijsko vzdrževanje;
 - ☐ celovita standardizacija prodajnih formatov, ki posredno omogoča varno in učinkovito rabo trgovinske opreme;
 - ☐ tehnološka standardizacija opreme glede na različne formate trgovin in glede na področje dela;
 - ☐ vpeljava koncepta upravljanja z blagovnimi skupinami, ki preko zmanjšanja frekvenc dobav in prilagoditvijo procesov dela vpliva na daljše življenjske dobe opreme in naprav na področju logistike in maloprodaje;
 - ☐ standardizacija računalniške opreme;
 - ☐ aktivno interno izobraževanje o pravilni, varčni in varni uporabi naprav in opreme.
-

Priprave na možnost monetizacije nepremičnin (3)

- V okviru priprav na možnost monetizacije je Skupina Mercator pridobila vrednotenje nepremičnin s strani pooblaščenega ocenjevalca vrednosti, učinek prevrednotenja v letu 2010 skupaj znaša 19.864 tisoč EUR okrepitev.

v tisoč EUR	Zemljišče	Zgradbe in zunanja ureditev	Skupaj
Okrepitev	7.354	12.510	19.864
Oslabitev	-	-	-
Odprava oslabitve	-	-	-
Skupaj	7.354	12.510	19.864

- Nove ocene življenjskih dob so imele pozitiven vpliv na stroške amortizacije. Če bi v obdobju 1-6 2010 uporabili enake življenjske dobe kot v enakem obdobju predhodnega leta, ter ne bi upoštevali prevrednotenja nepremičnin in opreme, bi strošek amortizacije znašal 49.241 tisoč EUR in bi bil višji za 10.551 tisoč EUR.
- Skupina Mercator namerava v drugi polovici leta 2010 angažirati specializirane mednarodne svetovalce z nepremičninskega področja, s katerimi bo analiziral in ovrednotil različne možne pristope k monetizaciji.
- Skupina Mercator ima na dan 30.6.2010 204 mio EUR sredstev, ki še ne ustvarjajo neto denarnega toka (42 mio EUR predstavljajo investicije v teku, 91 mio EUR zaloge zemljišč in 71 mio EUR poslovno nepotrebno premoženje).

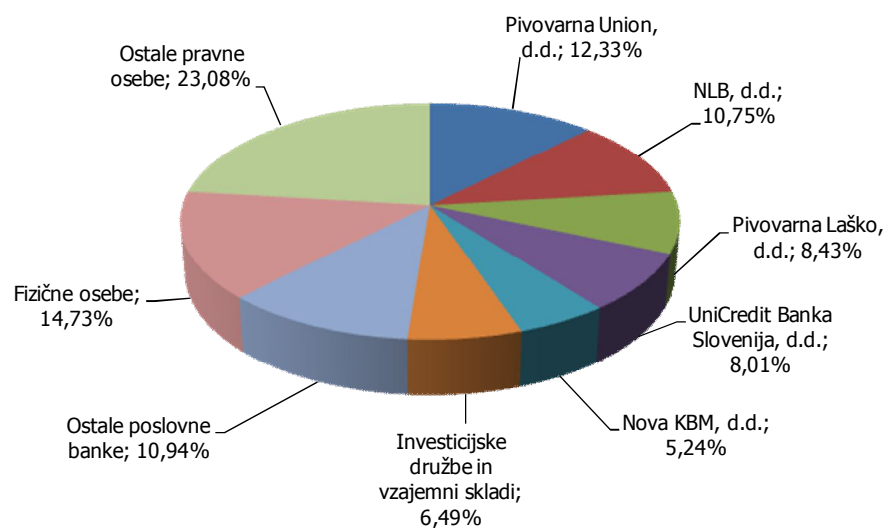
Ključni podatki za delničarje

Ključni podatki za delničarje

Ključni podatki za delničarje

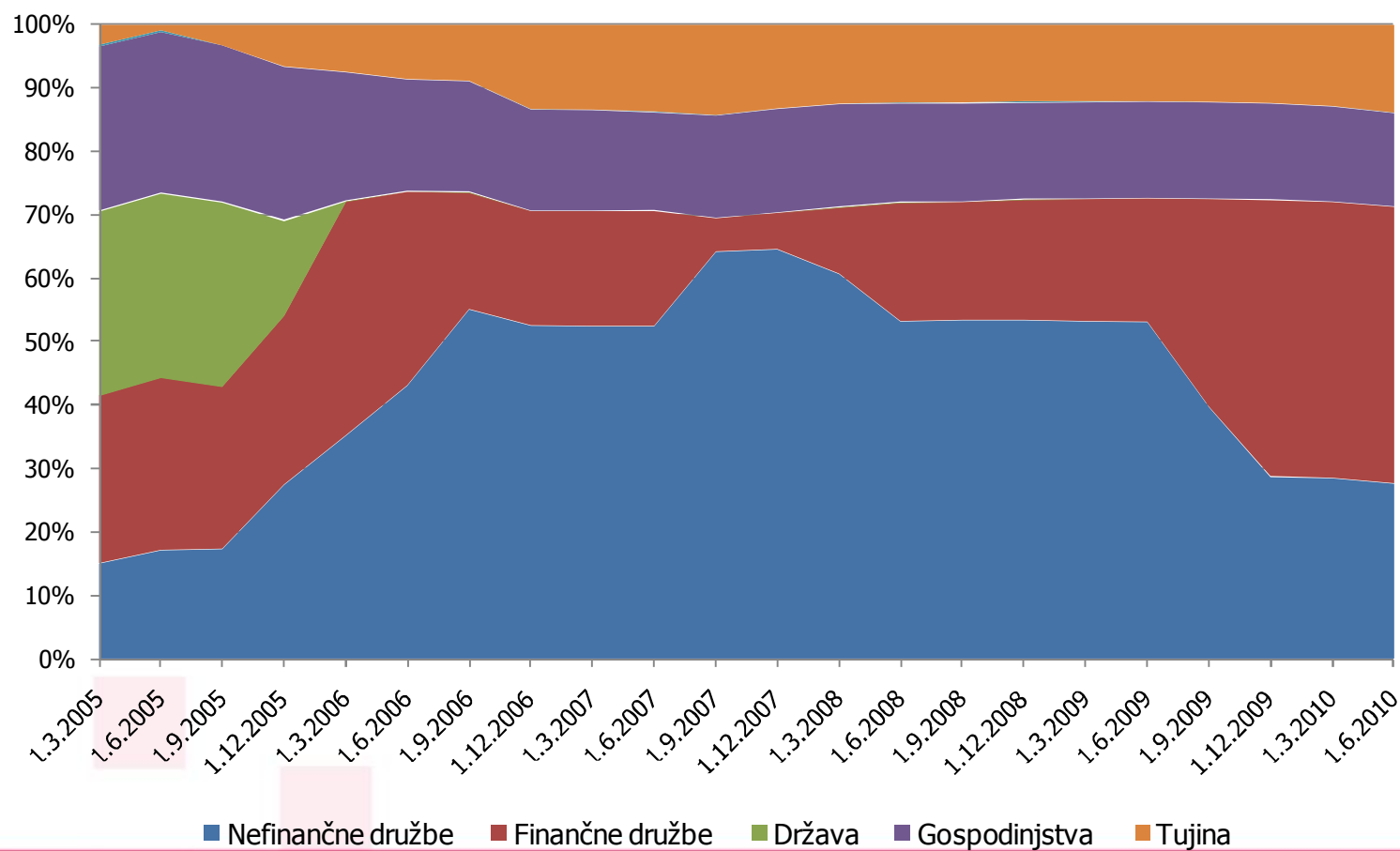
	30.6.2010
Število delnic vpisanih v sodni register	3.765.361
Število lastnih delnic	42.192
Tržna kapitalizacija na dan 30.6.2010 (v EUR)	596.395.529
Tržna cena delnice na dan 30.6.2010 (v EUR)	158,39
Knjigovodska vrednost delnice na dan 30.6.2010 (v EUR)	221,31
Najnižji tečaj v obdobju 1-6 2010 (v EUR)	146,00
Najvišji tečaj v obdobju 1-6 2010 (v EUR)	170,69
Osnovna čista dobičkonosnost navadne delnice (v EUR)	6,7
Multiplikator dobička (P/E)	23,5

Lastniška struktura na dan 30.6.2010

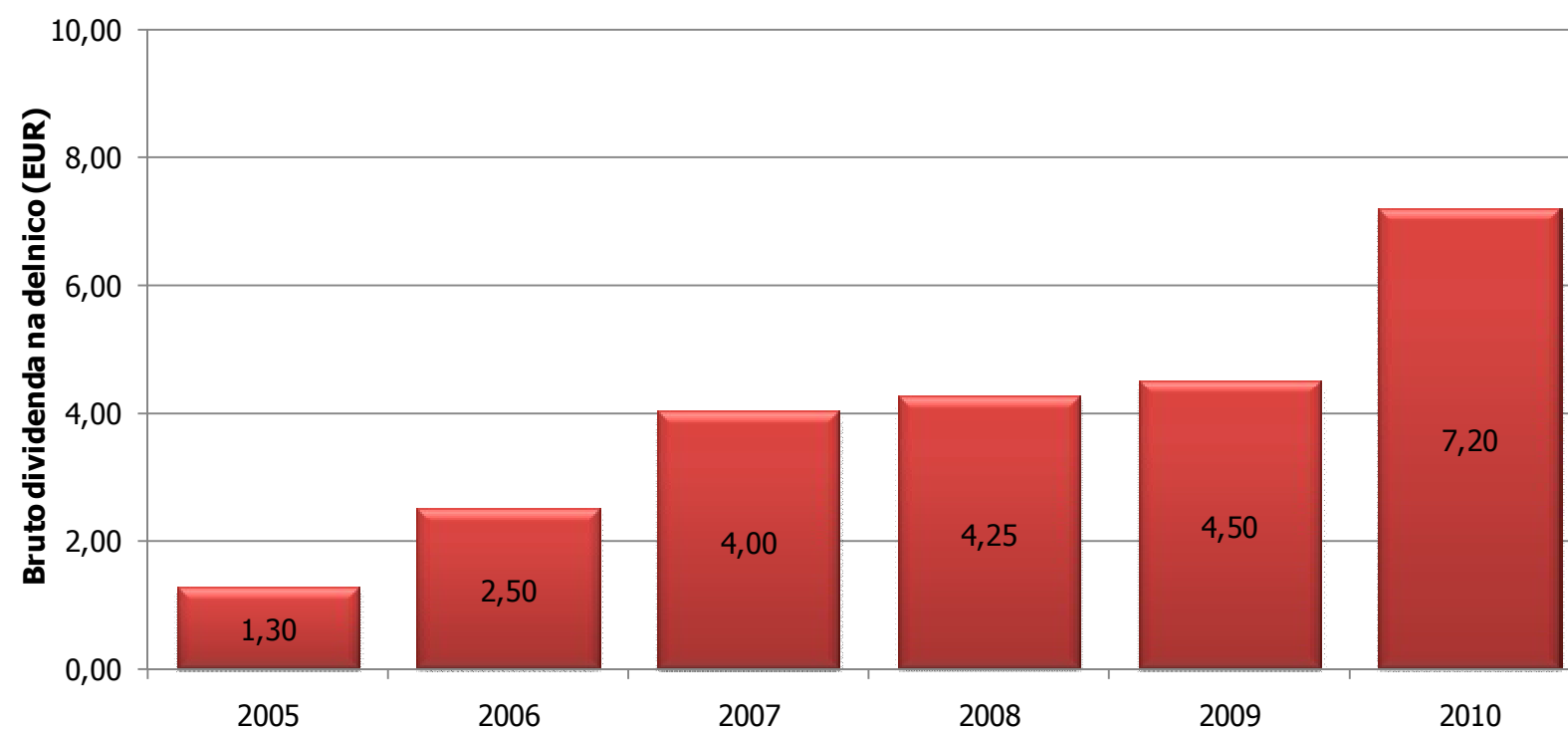


Na dan 30.6.2010 je delež tujih investitorjev v družbi Mercator, d.d., znašal **13,98 %** in se je v primerjavi s koncem leta 2009 zvišal za 1,5 odstotne točke.

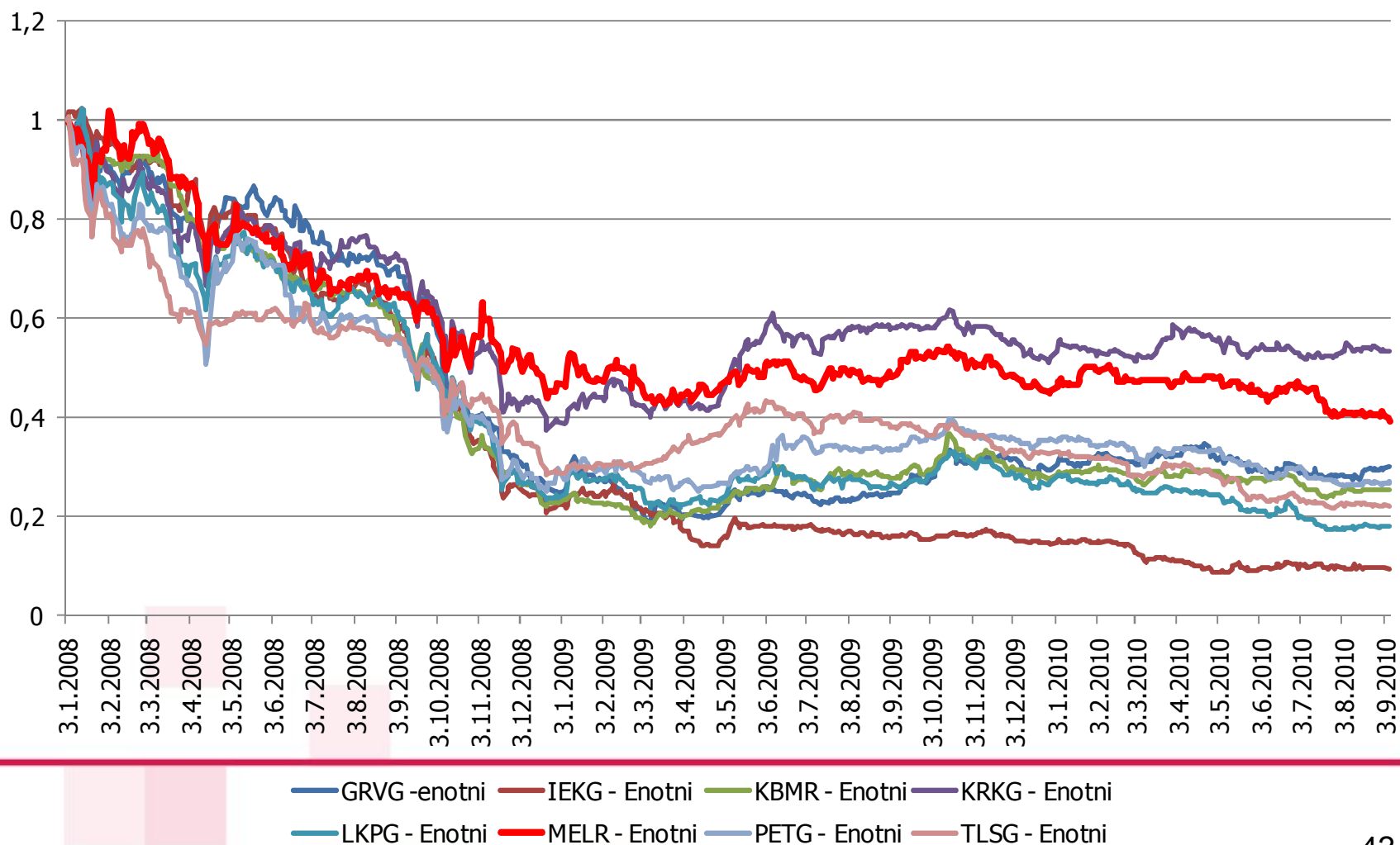
Gibanje lastniške strukture



Dividende



Gibanje cen delnic prve borzne kotacije





Poslovni rezultati Skupine Mercator v letu 2010

mag. Melita Kolbezen, pomočnica predsednika uprave

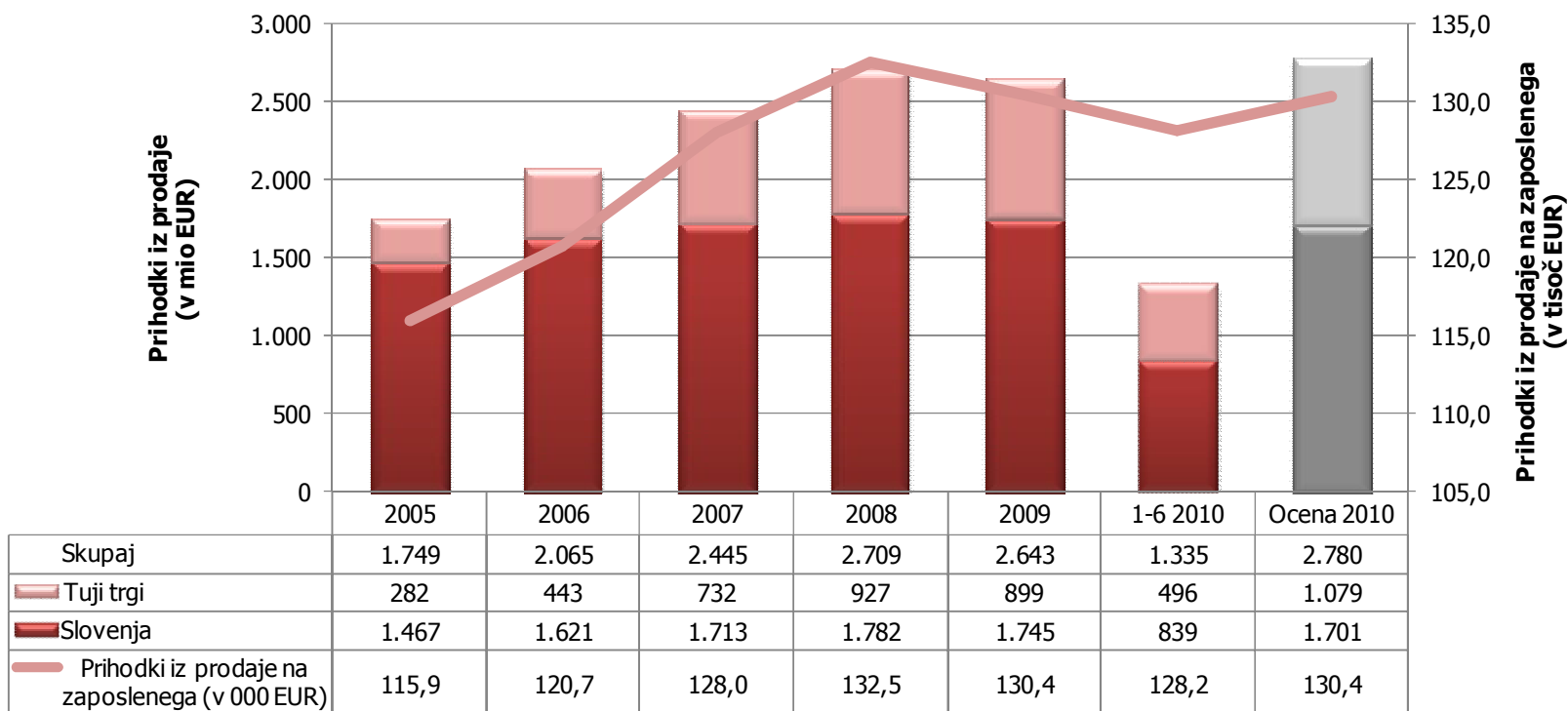


Mercator

Prihodki iz prodaje

1.335 mio EUR

prihodkov iz prodaje je Skupina Mercator ustvarila v obdobju 1-6 2010, kar je 3,2-odstotna rast glede na enako obdobje preteklega poslovnega leta

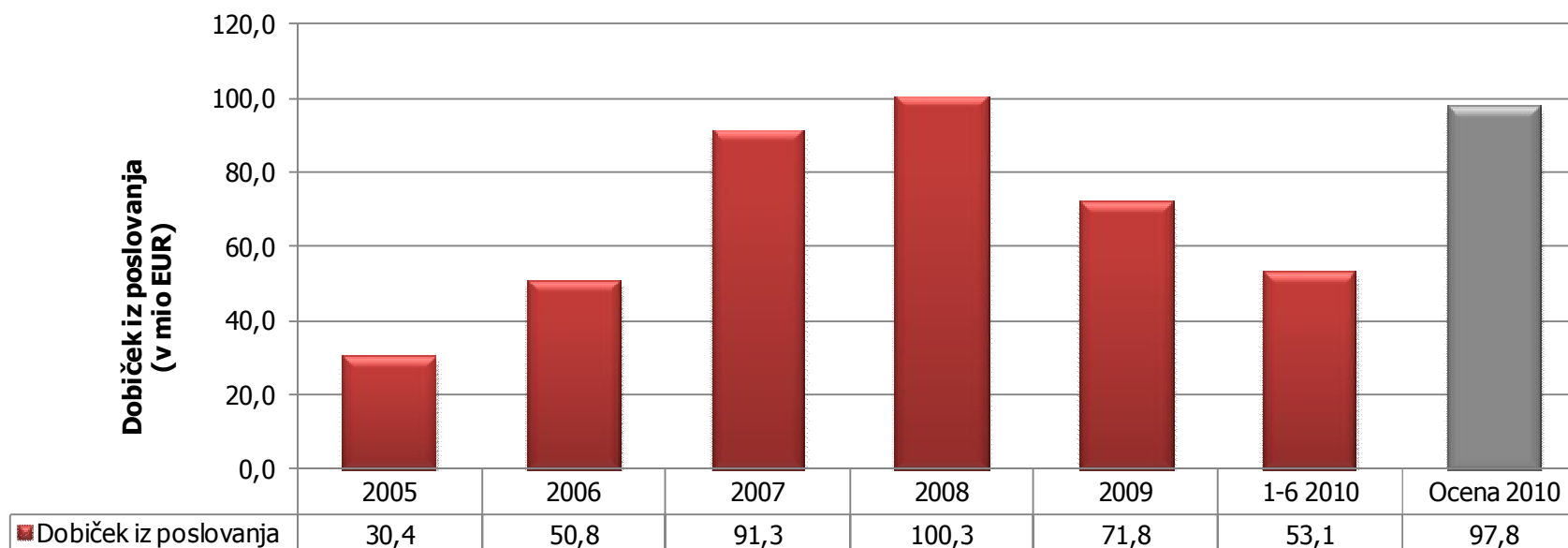


Ob upoštevanju stalnih tečajev to pomeni 3,9-odstotno rast glede na enako obdobje leta 2009.

Poslovni izid iz poslovanja

53,1 mio EUR

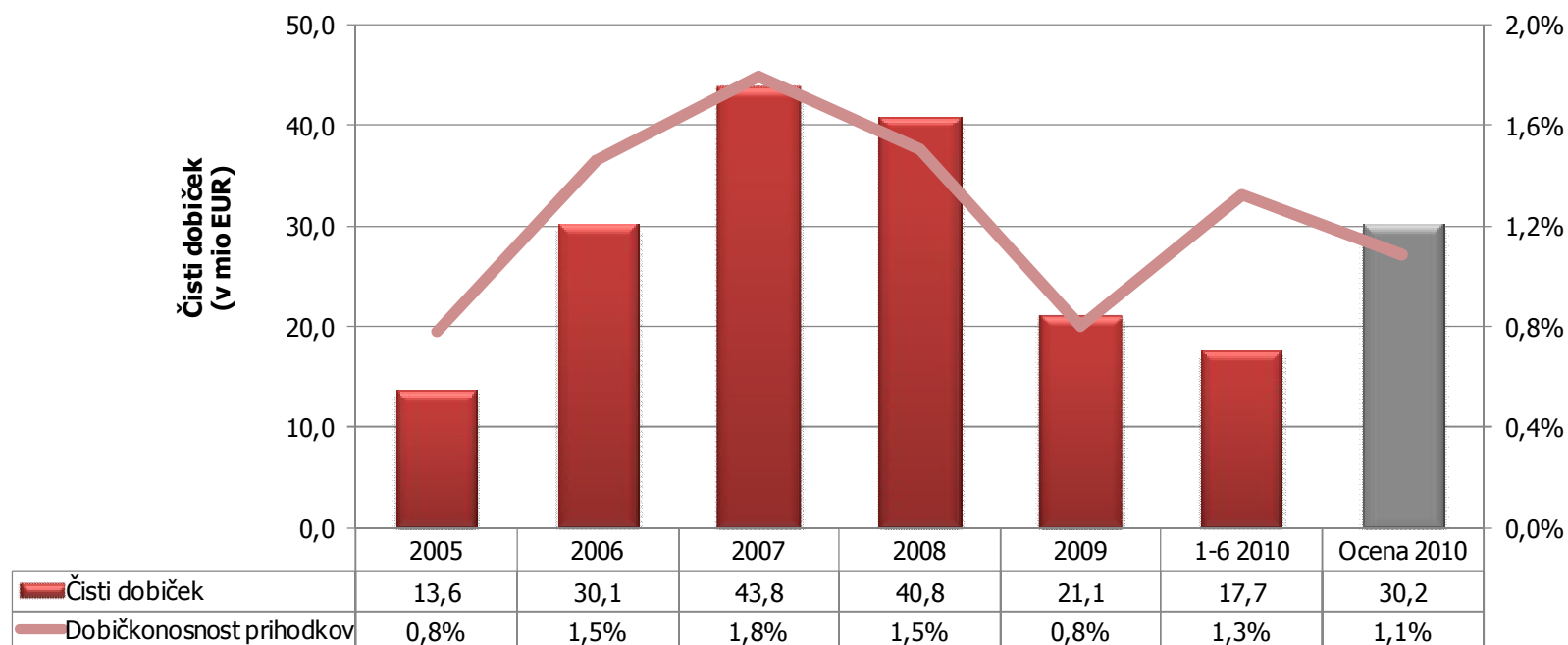
dobička iz poslovanja je Skupina Mercator ustvarila v obdobju 1-6 2010



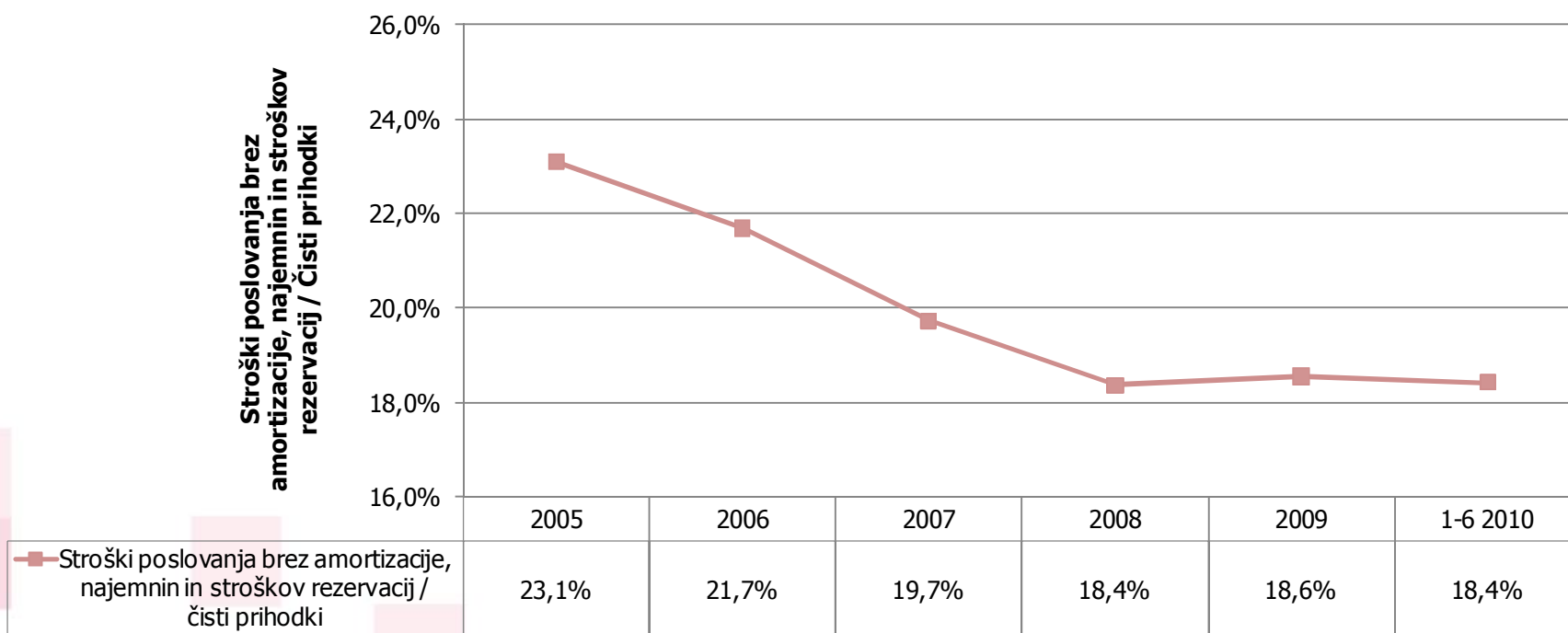
Čisti poslovni izid

17,7 mio EUR

čistega dobička je Skupina Mercator ustvarila v obdobju 1-6 2010



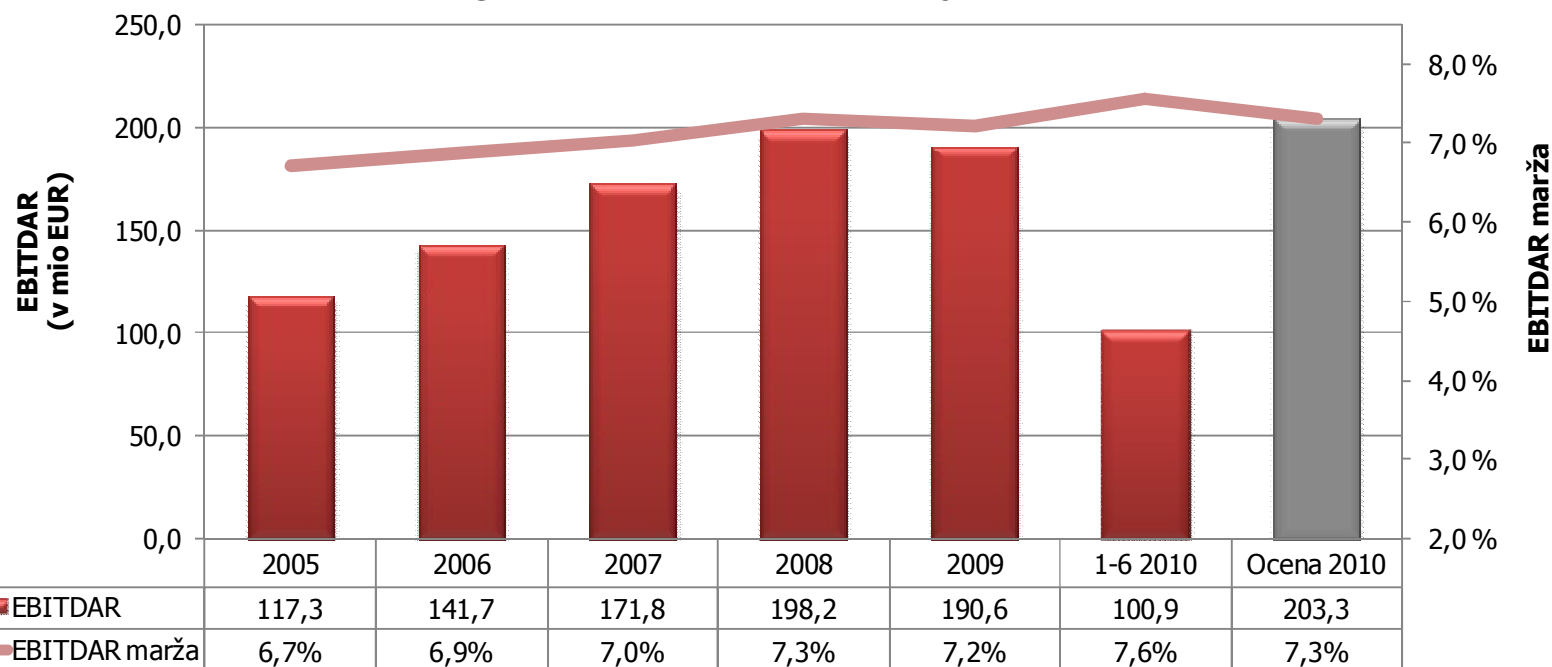
Stroškovna učinkovitost



EBITDAR

100,9 mio EUR

kosmatega denarnega toka iz poslovanja pred najemninami (EBITDAR)
je Skupina Mercator ustvarila v obdobju 1-6 2010, kar je 5,4-odstotna rast
glede na enako obdobje lani

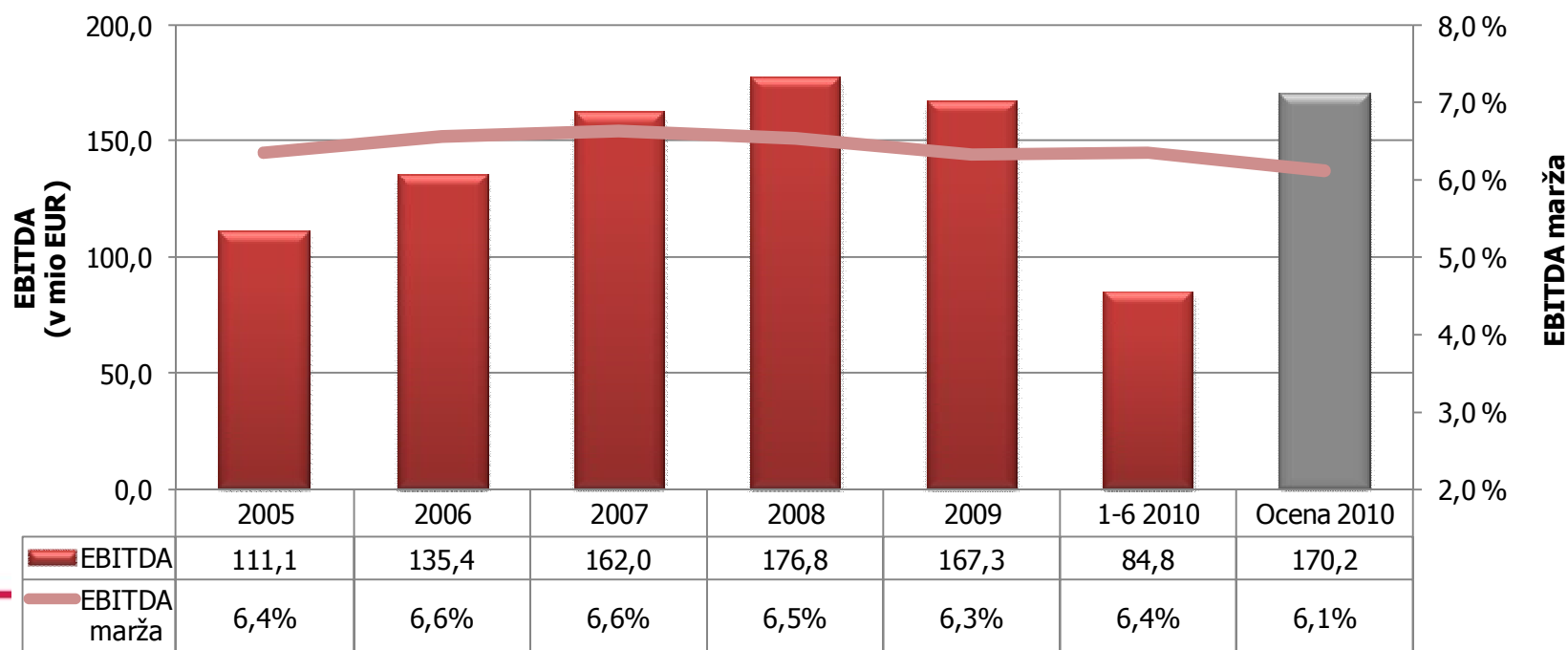


Ob upoštevanju stalnih tečajev je EBITDAR znašal 101,7 mio EUR, kar pomeni 6,2-odstotno rast glede na enako obdobje v letu 2009. 48

EBITDA

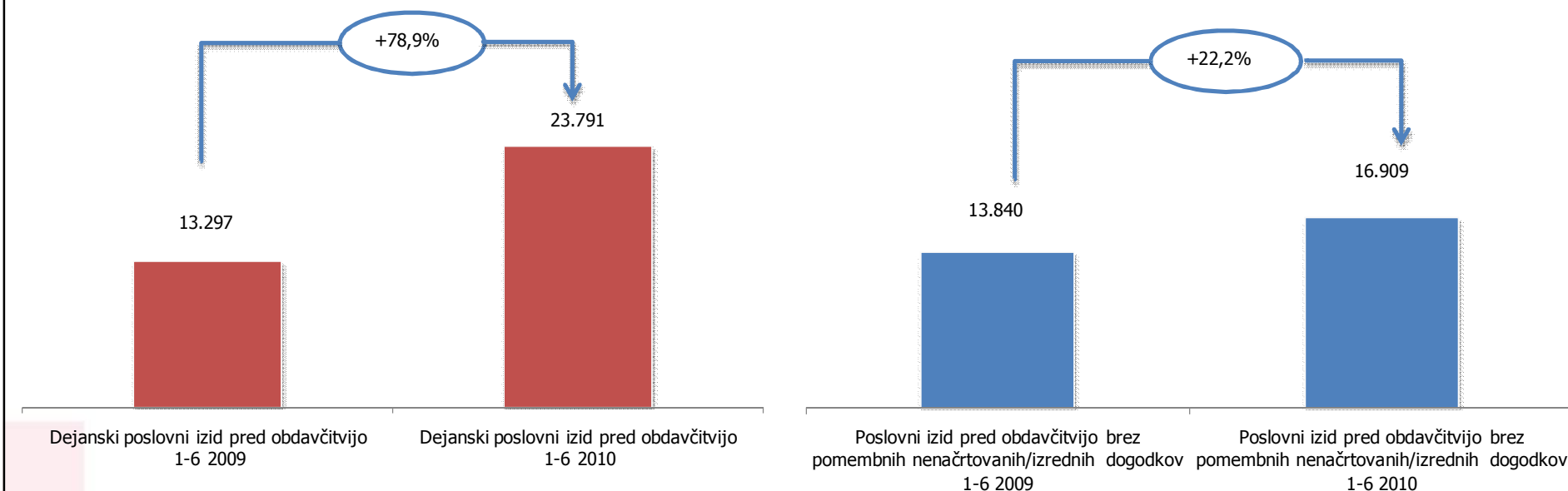
84,8 mio EUR

kosmatega denarnega toka iz poslovanja (EBITDA) je Skupina Mercator ustvarila v obdobju 1-6 2010, kar je 2,2-odstotna rast glede na enako obdobje lani



Ob upoštevanju stalnih tečajev je EBITDA znašal 85,2 mio EUR, kar pomeni 2,8-odstotno rast glede na enako obdobje v letu 2009.

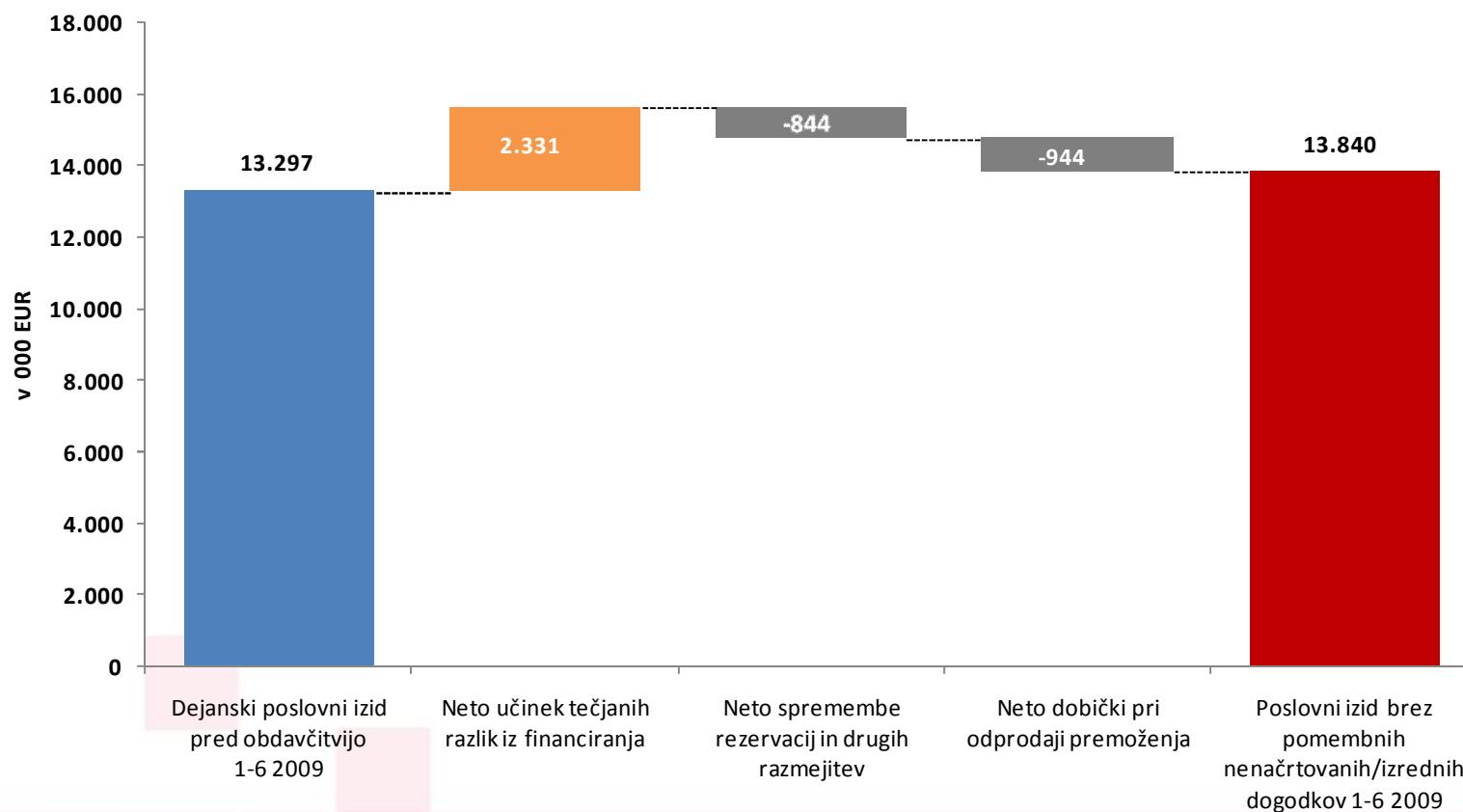
Analiza nenačrtovanih in izrednih pomembnih vplivov na poslovni izid pred davki (1)



Analiza nenačrtovanih in izrednih pomembnih vplivov na poslovni izid pred davki (2)



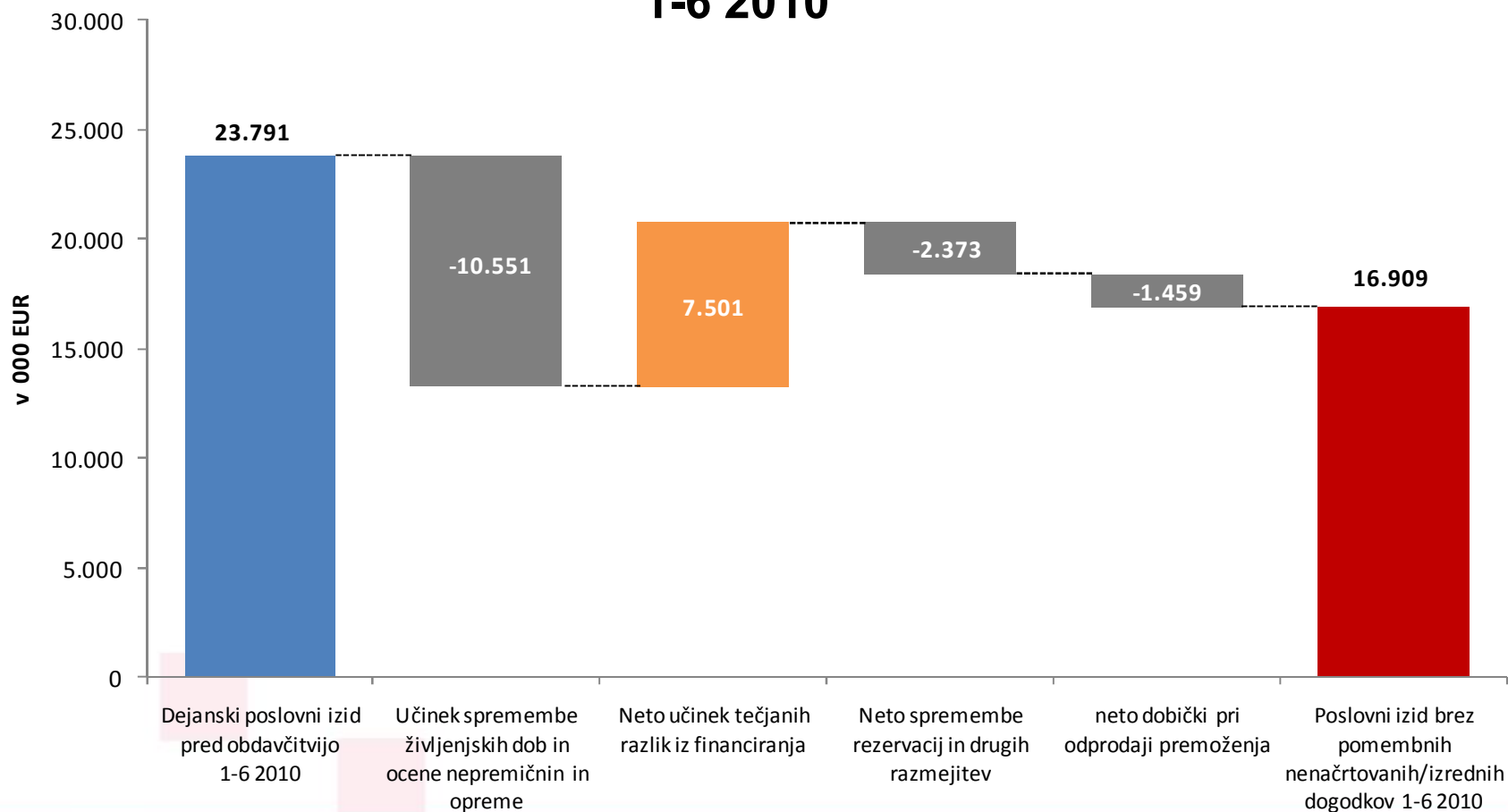
1-6 2009



Analiza nenačrtovanih in izrednih pomembnih vplivov na poslovni izid pred davki (3)



1-6 2010



Gibanje tečaja srbskega dinarja

EUR/RSD



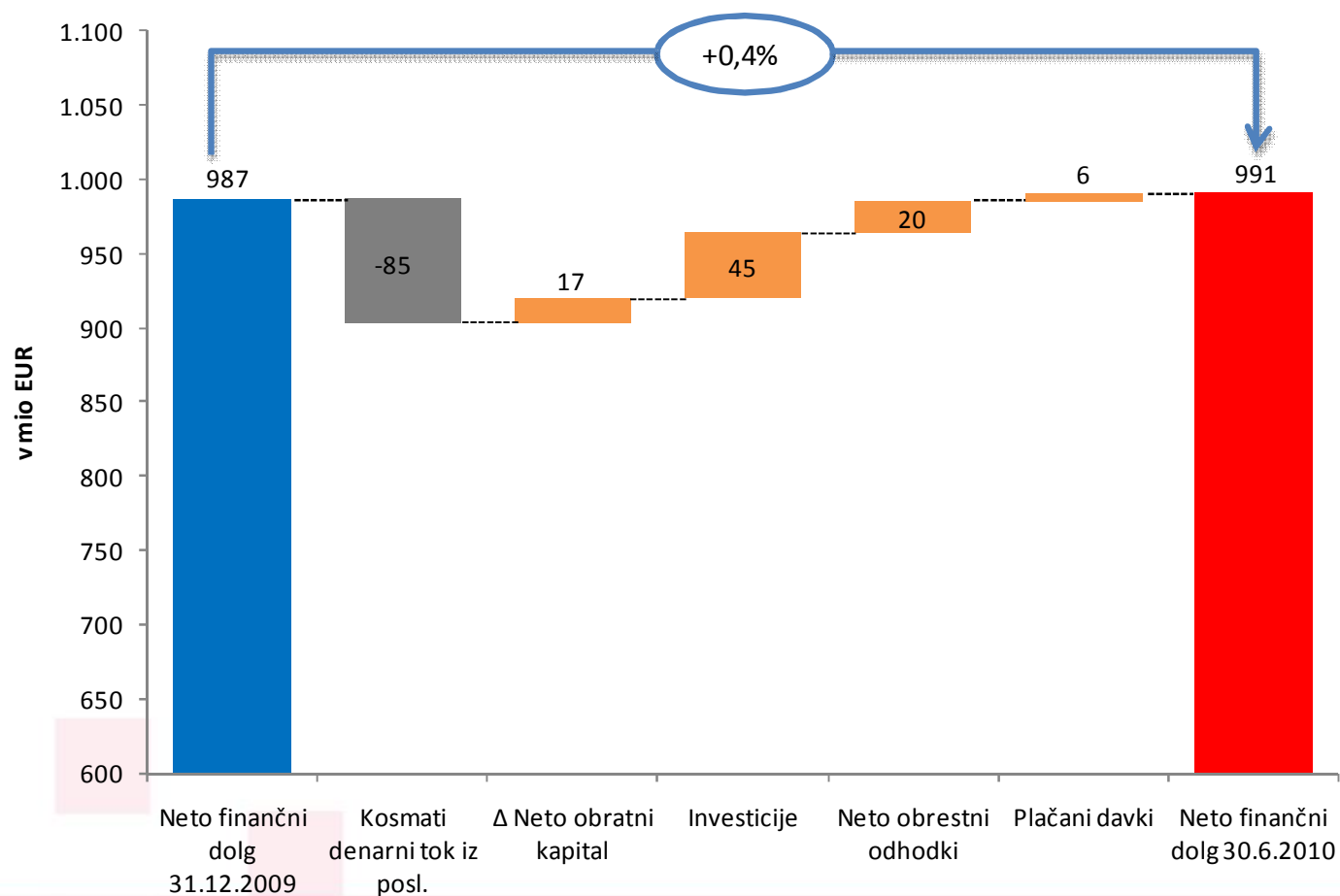
Povprečni tečaj

1-6 2010 / 1-6 2009	+ 5,8 %
1-6 2010 / 1-12 2009	+ 5,9 %
1-12 2009 / 1-12 2008	+15,6 %

Tečaj na dan

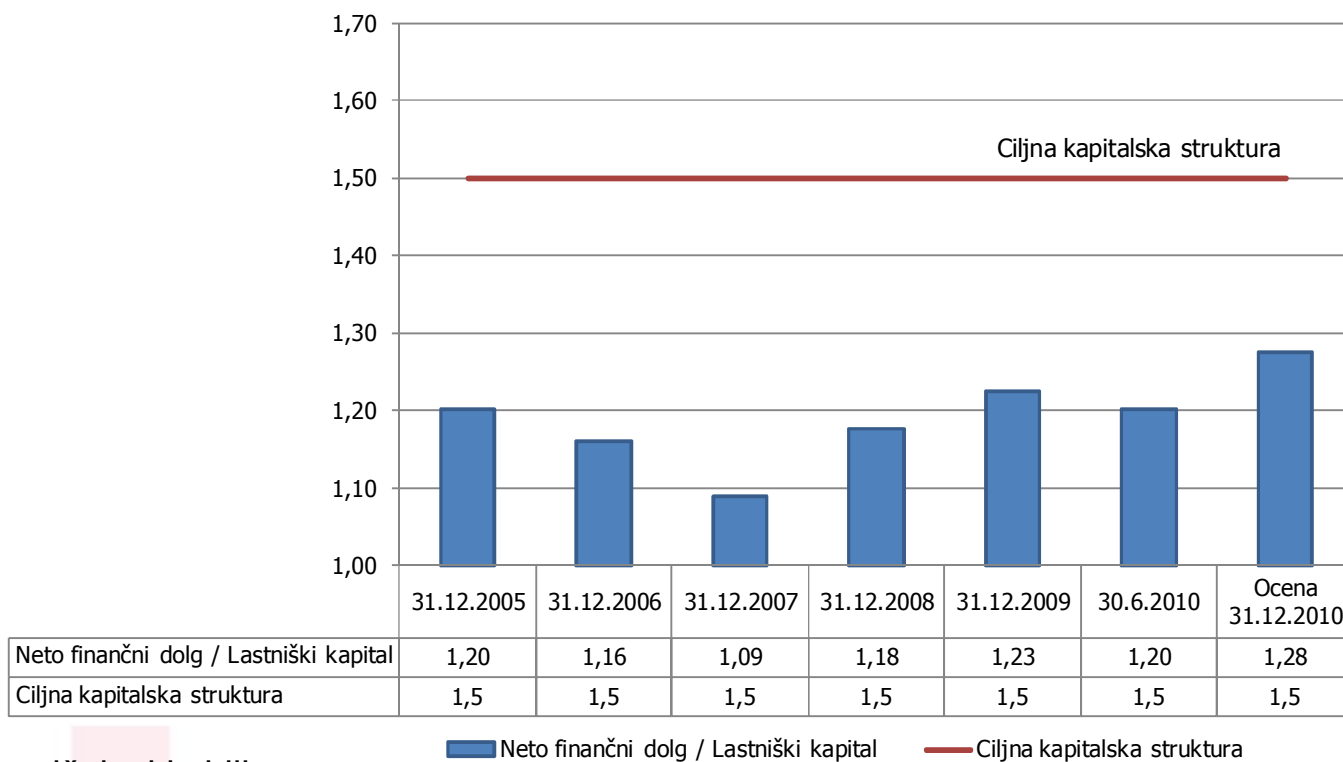
30.6.2010 / 30.6.2009	+8,0 %
30.6.2010 / 31.12.2009	+7,9 %
31.12.2009 / 31.12.2008	+6,3 %

Gibanje neto dolga Skupine Mercator v obdobju 1-6 2010



Kapitalska sestava

Razmerje med lastniškim kapitalom in neto finančnim dolgom



Nepremičninski vidik:

Kategorija	31.12.2005	31.12.2006	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2009	30.6.2010	Ocena 31.12.2010
Neto finančne obveznosti	655.489	752.332	749.439	958.881	987.139	990.829	998.726
Poštena vrednost nepremičnin	886.101	1.086.274	1.199.977	1.531.021	1.689.555	1.696.893	1.721.173
Loan-to-Value (LTV)	74,0%	69,3%	62,5%	62,6%	58,4%	58,4%	58,0%

Hipotetična simulacija učinka monetizacije nepremičnin na kapitalsko sestavo Skupine Mercator na podlagi ocene 2010



V nadaljevanju prikazujemo simulacijo učinka monetizacije nepremičnin na kapitalsko sestavo Skupine Mercator.

Prikazujemo tri scenarije potencialne monetizacije nepremičninskega premoženja:

- monetizacija 250 mio EUR nepremičnin,
- monetizacija 500 mio EUR nepremičnin ter
- monetizacija 750 mio EUR nepremičnin.

Predpostavljamo, da se monetizacija izvrši ob 8 % donosnosti.

Predpostavljamo, da se pridobljena finančna sredstva uporabi za zmanjšanje neto finančnega dolga.

*Vsi prikazani izračuni so hipotetični in so namenjeni zgolj prikazu učinkov monetizacije nepremičnin na kapitalsko strukturo Skupine Mercator.

Hipotetična simulacija učinka monetizacije nepremičnin na kapitalsko sestavo Skupine Mercator na podlagi ocene 2010 (2)



	Ocena 2010	Monetizacija 250 mio EUR nepremičnin	Monetizacija 500 mio EUR nepremičnin	Monetizacija 750 mio EUR nepremičnin
Iztržek iz monetizacije (v 000 EUR)		250.000	500.000	750.000
Povečanje letnih stroškov najemnin (v 000 EUR)		20.000	40.000	60.000
Prilagojena EBITDA (v 000 EUR)	170.243	150.243	130.243	110.243
Prilagojen neto dolg (v 000 EUR)	998.726	748.726	498.726	248.726
Neto dolg / kapital	1,28	0,97	0,65	0,33
Neto dolg / EBITDA	5,87	4,98	3,83	2,26

Neaktivna in poslovno nepotrebna osnovna sredstva Skupine Mercator



v tisoč EUR	Stanje na dan 30.6.2010
Zemljišča in zgradbe	1.534.875
Proizvajalna oprema	84.119
Pisarniška in druga oprema	50.514
OS v pridobivanju	41.631
Še neaktivna osnovna sredstva	90.896
Poslovno nepotrebna osnovna sredstva	71.122
SKUPAJ	1.873.157

} 204 mio EUR → 20,6 % neto
finančnega dolga

Še neaktivna osnovna sredstva se pretežno nanašajo na zemljišča, ki jih namerava skupina uporabiti za bodoče razvojne projekte na področju trgovske mreže in logistične infrastrukture.

Poslovno nepotrebna osnovna sredstva pa so predvsem zgradbe in zemljišča, ki jih je skupina pridobila s pripojitvami odvisnih družb in jih je v okviru integracije le-teh pripoznala kot poslovno nepotrebne ter so namenjene prodaji.

Ocena poslovanja Skupine Mercator v letu 2010



Pomembnejše spremembe poslovnih dejavnikov

- Obseg gospodarske aktivnosti je na vseh najpomembnejših trgih bistveno nižji:

Pričakovana rast BDP za leto 2010	Slovenija	Srbija	Hrvaška	Bosna in Hercegovina
Napovedi ob pripravi gospodarskega načrta	0,0 %	1,5 %	0,0 %	0,0 %
Trenutna pričakovanja na podlagi obdobja 1-6 2010	-1,2 %	0,6 %	-2,5 %	-3,2 %

- Skupina je pričakovala stabilizacijo tečaja srbskega dinarja, vendar se deprecijacija tečaja nadaljuje, le-ta je bil na dan 30.6.2010 že 8,0 % višji kot ob začetku leta 2010.
- Skupina je v letu 2010 izvedla tri nenačrtovane strateške povezave. Vpliv sprememb na prihodke je pozitiven, na ekonomiko poslovanja pa v letu 2010 zaradi stroškov integracije še ne bo imel pozitivnih učinkov.
- Družba Mercator, d.d., je v prvem četrtletju zaradi novih predpisov na področju minimalnih plač uskladila celoten plačni sistem, kar je imelo negativen učinek na ekonomiko poslovanja.
- Skupina je v okviru aktivnosti priprav na potencialno monetizacijo izvedla vrednotenje nepremičnin in ocenila življenjsko dobo pomembnih skupin osnovnih sredstev. Učinki teh aktivnosti na ekonomiko poslovanja so pozitivni.

Ocenjeni konsolidirani izkaz poslovnega izida Skupine Mercator za leto 2010



v 000 EUR

Vrsta prihodka / odhodka / stroška	2009	Plan 2010	Ocena 2010	Indeks Ocena 2010 / 2009	Indeks Ocena 2010 / Plan 2010
Prihodki iz prodaje	2.643.315	2.750.263	2.780.000	105,2	101,1
Stroški prodaje	-2.474.106	-2.587.892	-2.590.291	104,7	100,1
Bruto dobiček	169.209	162.371	189.709	112,1	116,8
Stroški splošnih dejavnosti	-109.955	-85.703	-105.898	96,3	123,6
Drugi poslovni prihodki	12.588	7.030	13.956	110,9	198,5
Poslovni izid iz poslovanja	71.842	83.698	97.767	136,1	116,8
Finančni prihodki	18.969	5.347	13.966	73,6	261,2
Finančni odhodki	-65.616	-61.861	-69.726	106,3	112,7
Poslovni izid pred obdavčitvijo	25.195	27.184	42.007	166,7	154,5
Davek iz dobička	-4.843	-5.653	-11.614	239,8	205,4
Odloženi davki (prihodki / odhodki za odložene davke)	767	325	-233	-30,4	-71,6
Poslovni izid obračunskega obdobja	21.119	21.856	30.160	142,8	138,0
Število zaposlenih iz ur	20.266	20.747	21.327	105,2	102,8
Kosmati denarni tok iz poslovanja	167.298	174.589	170.243	101,8	97,5
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami	190.621	202.572	203.290	106,6	100,4

Ocenjeni izbrani številčni podatki ob stalnih deviznih tečajih za leto 2010

v 000 EUR

	2009	Plan 2010	Ocena 2010 (stalni tečaj)	Indeks Ocena 2010 (stalni tečaj) / 2009	Indeks Ocena 2010 (stalni tečaj) / Plan 2010
Prihodki iz prodaje	2.643.315	2.750.263	2.830.000	107,1	102,9
Kosmati denarni tok iz poslovanja	167.298	174.589	173.473	103,7	99,4
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami	190.621	202.572	207.709	109,0	102,5

Ocenjeni konsolidirani izkaz finančnega položaja Skupine Mercator za leto 2010



v 000 EUR

	Vrsta sredstev oziroma virov	31.12.2009	30.6.2010	PLAN 31.12.2010	OCENA 31.12.2010
	SREDSTVA				
A.	DOLGOROČNA SREDSTVA	1.947.842	1.999.123	1.939.929	2.025.925
I.	Nepremičnine, naprave in oprema	1.863.291	1.873.157	1.859.329	1.899.959
II.	Naložbene nepremičnine	4.127	4.033	3.922	4.033
III.	Neopredmetena sredstva	51.995	50.818	62.204	50.818
IV.	Odložene terjatve za davek	8.086	8.313	9.386	8.313
V.	Dolgoročna dana posojila in depoziti	14.870	58.404	409	58.404
VI.	Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	5.473	4.398	4.679	4.398
B.	KRATKOROČNA SREDSTVA	528.506	571.742	578.650	528.005
I.	Zaloge	292.050	277.986	278.237	290.456
II.	Terjatve do kupcev in druge terjatve	193.521	258.048	287.881	201.840
III.	Terjatve za odmerjeni davek	2.639	5.340	1.748	5.340
IV.	Kratkoročna dana posojila in depoziti	22.715	14.705	4.705	14.705
V.	Izpeljani finančni instrumenti	737	216	1.500	216
VI.	Denar in denarni ustrezniki	16.844	15.449	4.579	15.449
	SKUPAJ SREDSTVA	2.476.348	2.570.866	2.518.579	2.553.930
A.	KAPITAL	805.390	823.898	814.841	782.393
	OBVEZNOSTI				
B.	DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	772.933	714.335	752.118	801.356
I.	Poslovne in druge obveznosti	2.872	2.872	2.468	2.872
II.	Finančne obveznosti	683.547	625.094	665.740	712.318
III.	Odložene obveznosti za davek	49.326	52.340	51.161	52.137
IV.	Dolgoročne rezervacije	37.188	34.030	32.749	34.030
C.	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	898.025	1.032.632	951.620	970.181
I.	Poslovne in druge obveznosti	525.062	558.634	618.542	575.509
II.	Obveznosti za odmerjeni davek	164	6.525	278	6.525
III.	Finančne obveznosti	367.854	462.164	330.712	383.337
IV.	Izpeljani finančni instrumenti	4.945	5.310	2.088	4.810
	SKUPAJ OBVEZNOSTI	1.670.958	1.746.967	1.703.738	1.771.537
	SKUPAJ KAPITAL IN OBVEZNOSTI	2.476.348	2.570.866	2.518.579	2.553.930
	Število zaposlenih po stanju	21.636	22.407	22.167	22.944



Q & A



Mercator



Hvala za pozornost!

Dodatne informacije dostopne na:

<http://www.mercator.si>

<http://seonet.ljse.si/>



Mercator