



# Predstavitev za vlagatelje

Ljubljana, 22. maj 2015



# PRAVNO OBVESTILO

Vse informacije, navedbe in podatki vsebovani v tej predstavitvi so pripravljene s strani zaposlenih v Mercator, d.d. posloводства Mercator, d.d., članov Skupine Mercator in članov skupine Agrokor. Zaposleni Mercator, d.d., in predstavniki Mercator, d.d., ne prevzemajo nobene odgovornosti in ne odgovarjajo delničarjem, investitorjem ali katerikoli tretjim osebam za zanesljivost in popolnost informacij, navedb in podatkov v tej predstavitvi. Delničarji in potencialni vlagatelji naj pri svoji presoji in odločitvi o morebitnem nakupu oziroma prodaji vrednostnih papirjev Mercator, d.d., upoštevajo vse informacije v letnih poročili Skupine Mercator, ki so objavljeni na spletnih straneh organiziranega trga Ljubljanske borze: <http://seonet.ljse.si/menu/default.asp>, javno objavljenih sporočil Mercator, d.d., vključno s povezanimi tveganji.

Namen vsebin, ki so dostopni vam ali drugim osebam v tem dokumentu, ni v posredovanju nasvetov ali priporočil v zvezi z naložbami. Te vsebine so zgolj informativne narave, zato se je potrebno pred oblikovanjem naložbenih ali drugih odločitev posvetovati z ustreznimi svetovalci.

Vsi podatki, informacije, slike, produkti, ter druga vsebina, ki so na voljo na spletnem portalu so zaščiteni z avtorskimi pravicami. Kakršno koli spreminjanje, kopiranje, distribuiranje, prikazovanje, prodajanje, prenašanje, objavljane, licenciranje, uporabljanje za komercialne ali javne namene ter preoblikovanje v izvedene produkte brez predhodne odobritve s strani Mercator, d.d., je prepovedano.

Navedeni podatki, navedbe in informacije v tej predstavitvi ne bodo posodobljeni ali dopolnjeni z novimi ali poznejšimi informacijami, navedbami ali podatki.





# Kazalo

## Splošni podatki o Skupine Mercator

- Ključni trgi in programi
- Obnašanje potrošnikov
- Strateške pobude

## Prevzem s strani Agrokorja in strategija

- Cenovna politika
- Kupci
- Prodajni formati
- Prodajni asortiment
- Sinergije
- Odprodaje ne-osnovne dejavnosti

## Poslovanje Skupine Mercator

- 2014
- Plan 2015
- Razdolževanje

## Pogoji izdaje komercialnih zapisov



# Splošni podatki o Skupini Mercator

---



**Toni Balažič: Predsednik uprave**

- Izkušnje v prodaji, trgovini z blagom, prestrukturiranju in svetovanju
- Prejšnje zaposlitve: Žito, Fructal, A.T. Kearney consulting, Petrol, Spem



**Igor Maroša: član uprave za področje trgovine v Sloveniji in neosnovne dejavnosti Skupine Mercator**

- Izkušnje iz maloprodaje in svetovanja
- Prejšnje zaposlitve: A.T. Kearney consulting, Group Pulsar, Krona in Proxy BPD



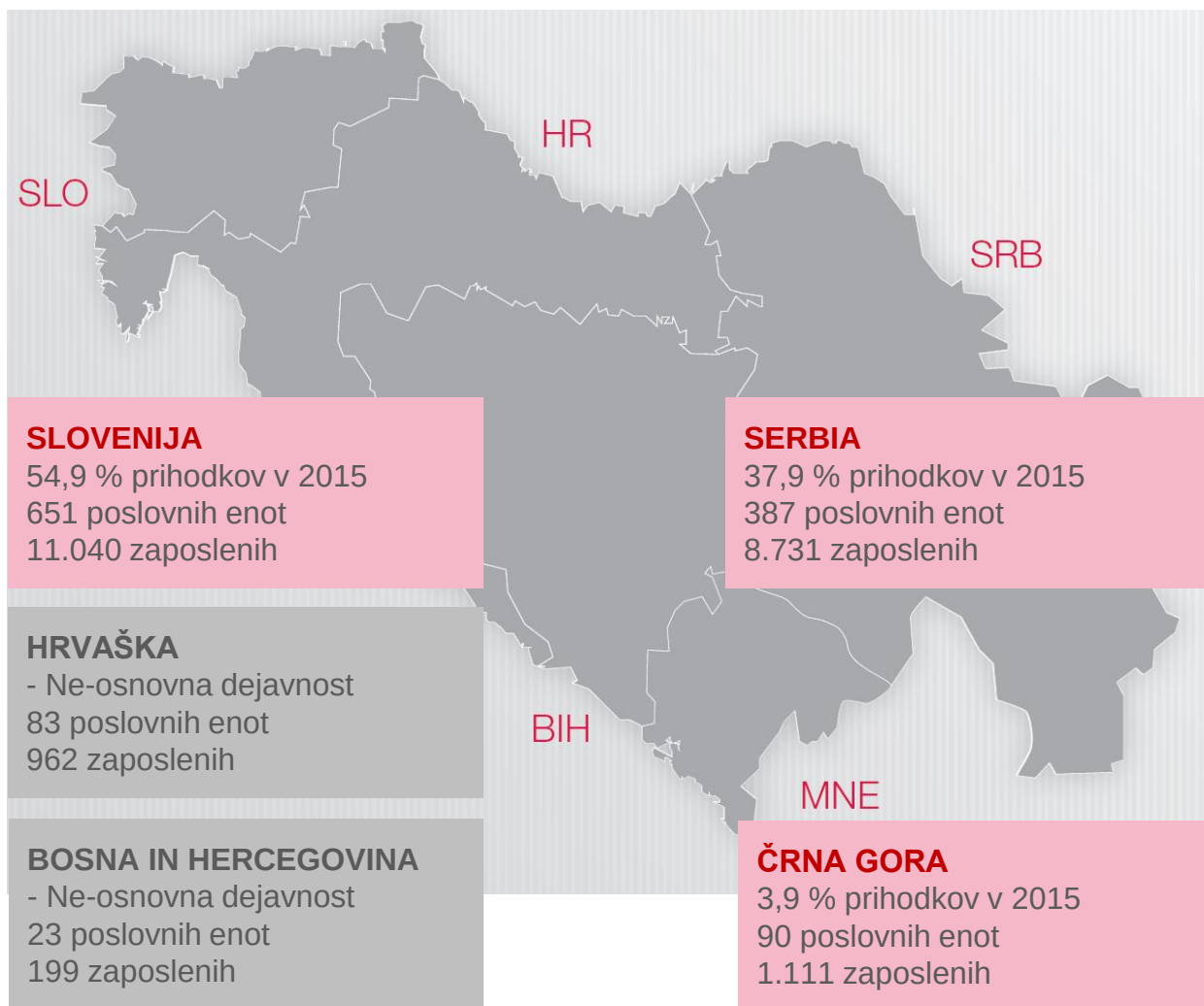
**Drago Kavšek: član uprave zadolžen za finance, informatiko in trga Hrvaške ter Bosne in Hercegovine**

- Izkušnje iz financ, računovodstva, prestrukturiranja in investicijskega bančništva
- Prejšnje zaposlitve: Fructal, Publikum, Peugeot Slovenija, Deloitte

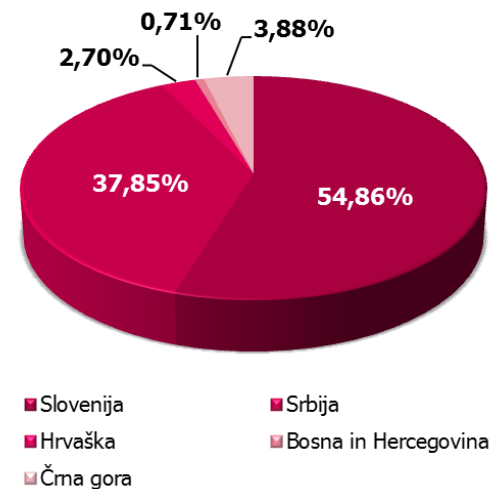
# Poslovanje Mercatorja v Sloveniji, Srbiji in Črni gori:

2,8 milijarde EUR prihodkov, 1.234 poslovnih enot

Mercator je največji trgovec v Sloveniji, Srbiji in Črni gori. V letu 2015 bo 54,9 % celotnih prihodkov Skupine Mercator generiranih v Sloveniji, v Srbiji pa 37,8 %



Prihodki po državah Plan 2015

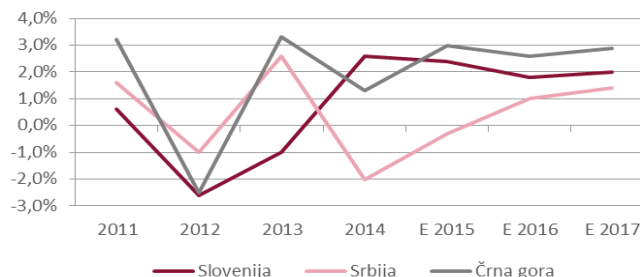


\* Število poslovnih enot (brez franšiz) ter zaposlenih na dan 31.3.2015.



# Makroekonomska situacija v regiji se izboljšuje

Rast BDP



Marko kazalci

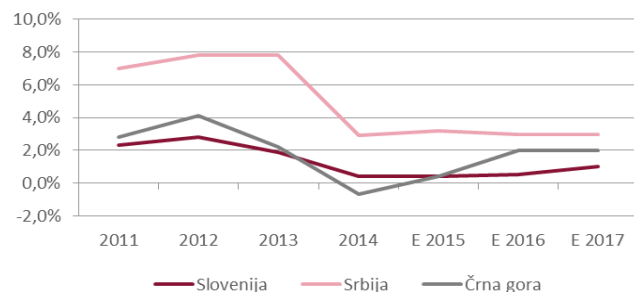
Počasno izboljšanje:

Slovenija: v letu 2017 je ocenjena rast BDP 2,0% in ocenjena inflacija 1,0%.

Srbija: v letu 2017 je ocenjena rast BDP 1,4% in ocenjena inflacija 3,0%.

Črna Gora: v letu 2017 je ocenjena rast BDP 2,9% in ocenjena inflacija 2,0%.

Inflacija

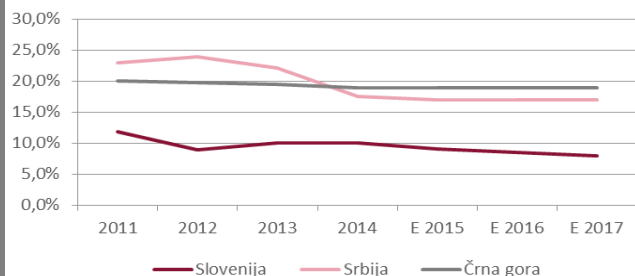


Tveganja

Politična nestabilnost ima lahko negativne posledice na poslovanje in obnašanje kupcev.

Pomanjkanje in počasna implementacija strukturnih reform.

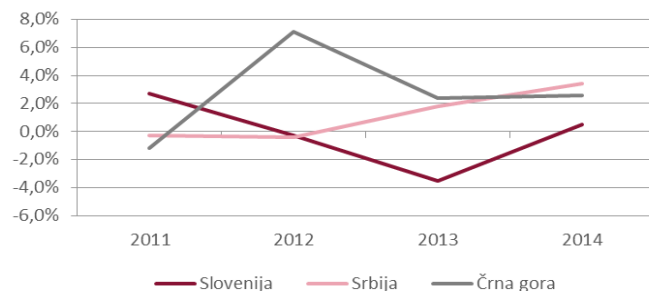
Stopnja brezposelnosti



Brezposl.

Stopnja brezposelnosti ostaja visoka. Potrošniki na vseh trgih še vedno čutijo posledice recesije in ne pričakuje se bistvenega izboljšanja v tem letu. Za prihodnost se pričakuje rahlo povečanje optimizma in pozitivnih pričakovanj.

Zasebna potrošnja



## Previdni optimizem potrošnikov

Spremembe pri kratkoročnih kazalcih kažejo pozitivno povečanje zasebne potrošnje v EU območju.

# Izvedeni ukrepi kažejo pozitivne učinke

## Stabilizacija tržnega deleža

### SLOVENIJA

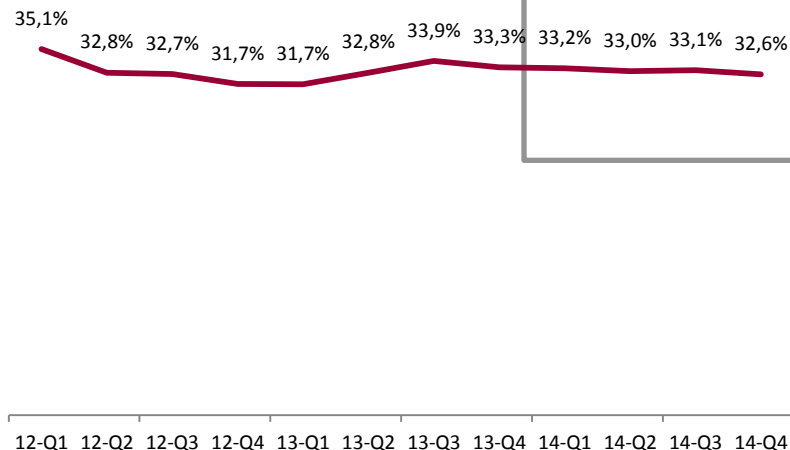
- Posodobljena ponudba v superetah : optimizacija asortimana, zmanjševanje zalog in povečevanje ponudbe svežih izdelkov ...
- Izboljšana **komunikacija znotraj trgovine**, izboljšan pregled nad izdelki in akcijami.
- Nova cenovna politika
- Večje število marketinških promocij, ločen poudarek na velike in male prodaje formate.
- Pika kartica.
- Prenove trgovin

### SRBIJA

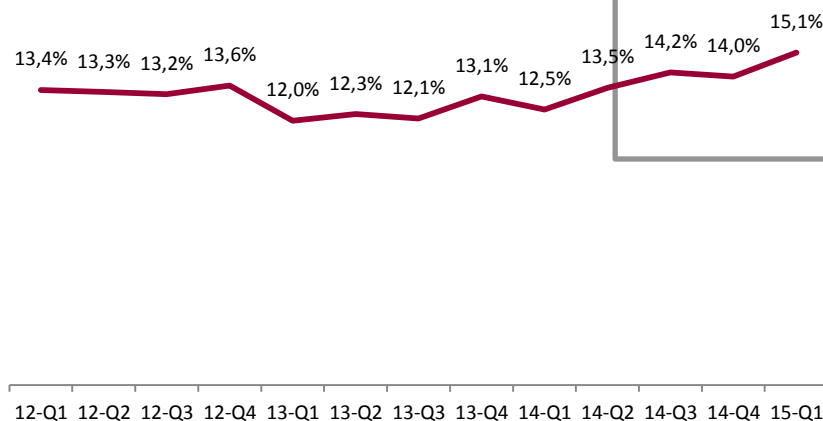
- Povečanje promocijskih aktivnosti, ločen poudarek na velike in male prodaje formate.
- Marketinške sinergije na segmentu Roda in Idea blagovne znamke.
- Izboljšana **komunikacija znotraj trgovine**, izboljšan pregled nad izdelki in akcijami
- Nova cenovna politika

Po dolгих letih padanja tržnega deleža je Skupina Mercator zabeležila stabilizacijo tržnega deleža v Sloveniji, ter rast v Srbiji

### Slovenija – gibanje tržnega deleža



### Srbija – gibanje tržnega deleža







Spremenjena poslovna  
strategija v okviru  
Skupine Agrokor

# Z združitvijo z Agrokojem smo postali vodilni trgovec v JV Evropi

| Slovenija        |                       |
|------------------|-----------------------|
| Podjetje         | Tržni delež %<br>2014 |
| Mercator         | 33%                   |
| SPAR / Interspar | 23%                   |
| TUS Trgovine     | 13%                   |
| Diskonti         | 18%                   |

| Srbija       |                       |
|--------------|-----------------------|
| Podjetje     | Tržni delež %<br>2014 |
| Mercator     | 15%                   |
| Delhaize     | 11%                   |
| Agrokor      | 8%                    |
| Mercator     | 6%                    |
| DIS          | 2%                    |
| Univerexport | 2%                    |

| Črna Gora          |                       |
|--------------------|-----------------------|
| Podjetje           | Tržni delež %<br>2014 |
| Mercator           | 24%                   |
| Lagardère Services | 1%                    |

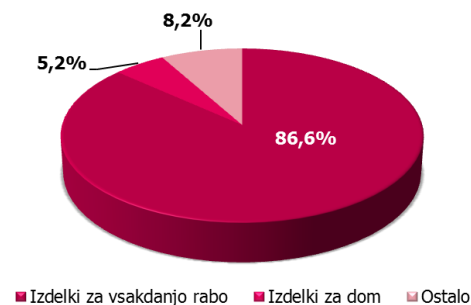


| Hrvaška              |                       |
|----------------------|-----------------------|
| Podjetje             | Tržni delež %<br>2014 |
| Agrokor consolidated | 32%                   |
| Agrokor              | 31%                   |
| Schwarz Group        | 19%                   |
| Plodine              | 9%                    |
| Rewe Group           | 5%                    |
| Mercator             | 1%                    |

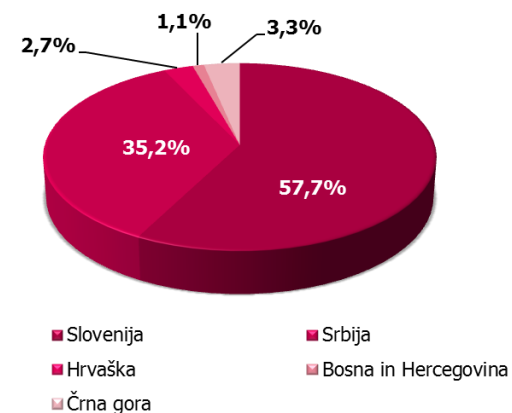
| Bosnia & Herzegovina |                       |
|----------------------|-----------------------|
| Podjetje             | Tržni delež %<br>2014 |
| Agrokor consolidated | 14%                   |
| Agrokor              | 11%                   |
| ITM (Intermarché)    | 3%                    |
| Mercator             | 3%                    |
| TUS Trgovine         | 2%                    |

## Novi Mercator

### Prihodki po programih 1-3 2015



### Prihodki po državah 1-3 2015



Vir: Planet Retail, GfK, Valicon

Opomba: Vključuje hrano, formate, tržne deleže na drobno in skupno prodajo, prodajo špecerijo trgovcev na podlagi ocenjenih prodaj v lastnih ali najetih trgovinah vključno z DDV, franšiznimi trgovinami in delno v lasti trgovin / verig, razen za Agrokor in Mercator, kjer so na voljo podatki za 2014 pretvorjeno po deviznem tečaju 7,5 EUR / HRK

# Sinergije so bile temeljito analizirane s strani Agrokorja, Mercatorja in zunanjih svetovalcev

## Predvidene sinergije so dosegljive

- Podrobna analiza temelji na **specifikah posameznih držav** (tržni delež, stopnja rasti, sofisticiranost dobaviteljev)
- **Učinek harmonizacije** je izračunan na podlagi razlik med nabavnimi pogoji pri istih izdelki
- **Popusti na količine** so bili izračunan na podlagi združitve nabavnih količin v vseh državah
- **Potencial povečevanje učinkovitosti** (skladiščenje, marketing, logistika, nabava) je bilo skrbno analiziran

## Predvideni enkratni stroški integracije

- **Negativne sinergije** kot na primer znižanje prodajnih cen Mercatorja na Hrvaškem zaradi poenotenja s cenami Konzuma
- **Stroški rebrendiranja**
- **Opex** zaradi integracije IT in lojalnostnih programov

## Tveganja izvedbe so bila poznana in tudi ustrezno upravljana

- **Pripravljenost** za morebitno nižjo razpoložljivost proizvodov za prve 3 mesece zaradi prilagoditve naročila cikla in dostav
- **Fluktuacija** v prehodnem obdobju je bila upoštevana in učinkovito upravljana

# Strateška povezava z Agrokorjem omogoča izkoriščanje sinergij na nivoju celotne skupine

## Nabava

- Usklajevanje pogodb in pogojev
- Omogočanje regijske rasti

## Trgovine

- Upravljanje z zalogami
- Poenotenje procesov v trgovini

## Logistika

- Skladiščna infrastruktura
- Dobava in upravljanje zalog
- Optimizacija prevozov

## Pravno področje

- Spremenjena korporativna kultura in korporativno upravljanje
- Uskladitev najemnih pogodb

## Marketing

- Integracija lojalnostih sistemov
- Integracija oglaševalski aktivnosti

## HR

- Organizacija dela
- Kadrovska politika
- Usklajevanje izplačil

## IT

- Integracija IT infrastrukture
- Upravljanje trgovin in skladišč
- Uskladitev pogodb z IT dobavitelji

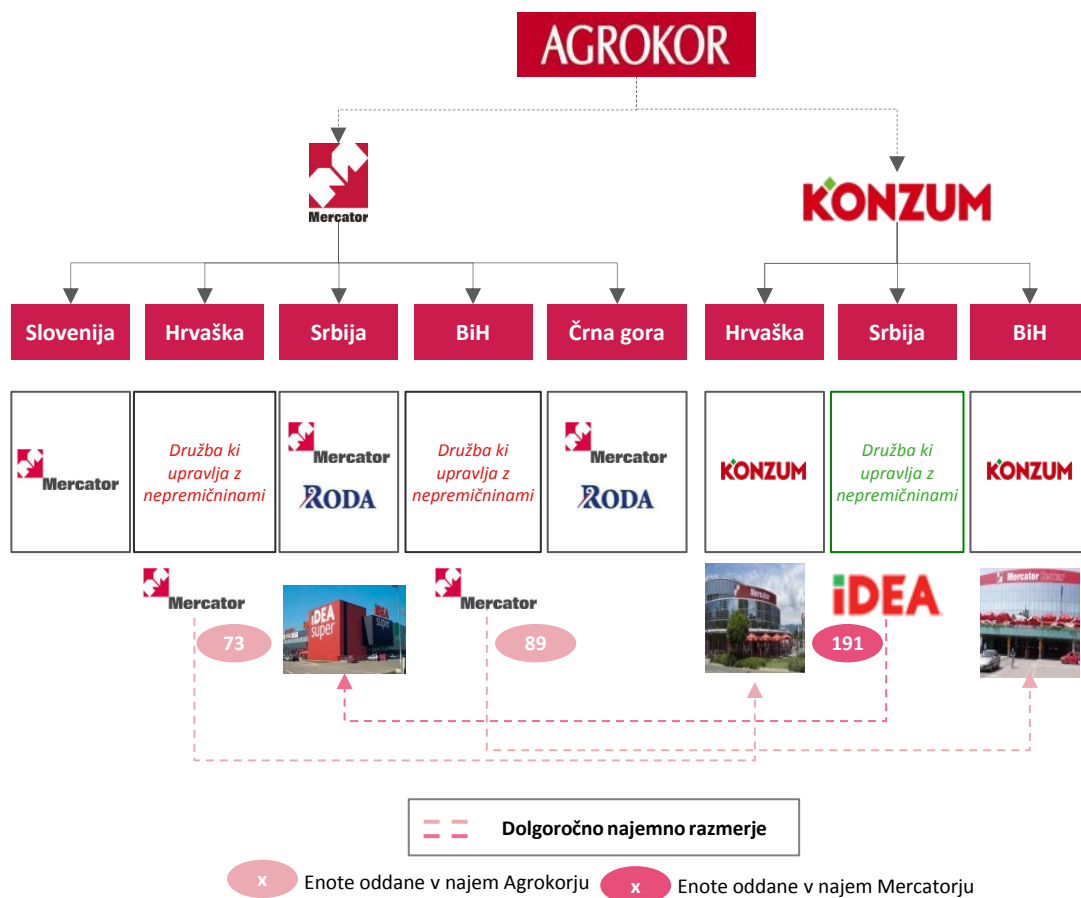
## Ostalo

- Uskladitev pogodb z dobavitelji storitev in opreme
- Investicije
- Upravljanje z nepremičninami



# Komplementarni asortima med blagovnimi znamkami in državami

Cilj je konsolidacija in upravljanje z 1 blagovno znamko (angl. banner) na vsakem od trgov, razen v Srbiji ke j delujemo z 2 blagovnimi znamkama.



## Pred transakcijo

| Country   | Konzum |          | Mercator      |          |
|-----------|--------|----------|---------------|----------|
|           | Banner | Pozicija | Banner        | Pozicija |
| Hrvatska  | KONZUM | #1       | Mercator      | #4       |
| BiH       | KONZUM | #1       | Mercator      | #2       |
| Srbija    | IDEA   | #3       | Mercator RODA | #2       |
| Slovenija | —      | —        | Mercator      | #1       |
| Črna gora | —      | —        | Mercator RODA | #1       |

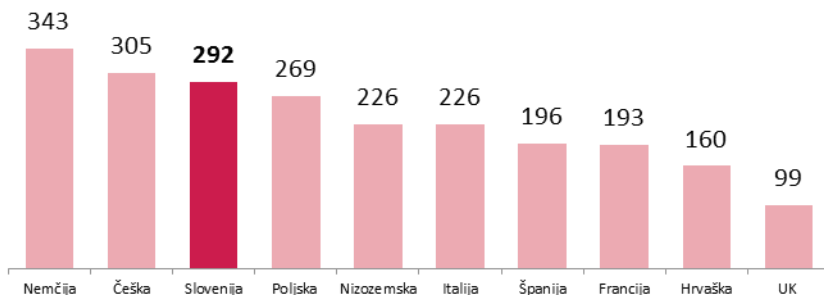
## Po transakciji

| Država    | Konzum |          | Mercator      |          |
|-----------|--------|----------|---------------|----------|
|           | Banner | Pozicija | Banner        | Pozicija |
| Hrvatska  | KONZUM | #1       |               |          |
| BiH       | KONZUM | #1       |               |          |
| Srbija    | —      | —        | IDEA RODA     | #1       |
| Slovenija | —      | —        | Mercator      | #1       |
| Črna gora | —      | —        | Mercator RODA | #1       |

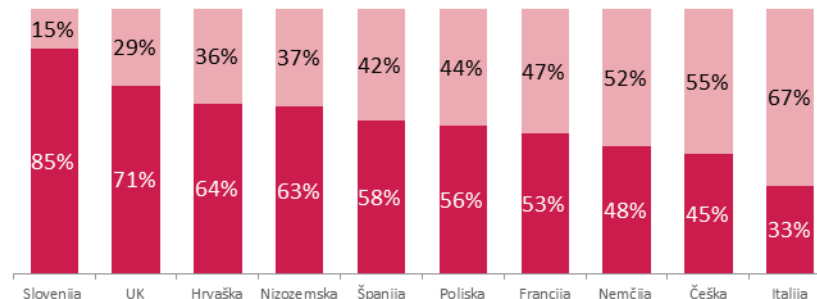
# Slovenija: Ključna cilja sta tržni delež in profitabilnost

Slovenija ima eno **najvišjih koncentracij in zgoščenosti** trgovin s prehrano v Evropi

m2 prodajnih površin na 1 mio prebivalcev



Tržni delež 5 največjih trgovcev s hrano



- Visoka rast števil novih trgovin skupaj z zahtevnimi makroekonomskim položajem Slovenije je pomembno vplivalo na prihodke iz prodaje trgovcev s hrano.
- Hiter vstop diskontnih trgovcev je prinesel strukturne spremembe na trgu in spremembo nakupnih navad.

Strateške aktivnosti

Prodajni formati

- Osredotočenost na majhne prodajne formate, svežo ponudbo in obnove trgovin

Ohranitev tržnega deleža napram diskontnim trgovcem

Masovni trg

- Izboljšanje cenovne percepcije in racionalizacija prodajnega asortimana

Ohranitev tržnega deleža

Zniževanje stroškov

- Fokus na nižanje stroškov in povečanje produktivnosti

Nižji stroški -> višja EBITDA

Trgovska znamka

- Prenova in okrepitev trgovske znamke

Cenovna konkurenčnost

Logistika

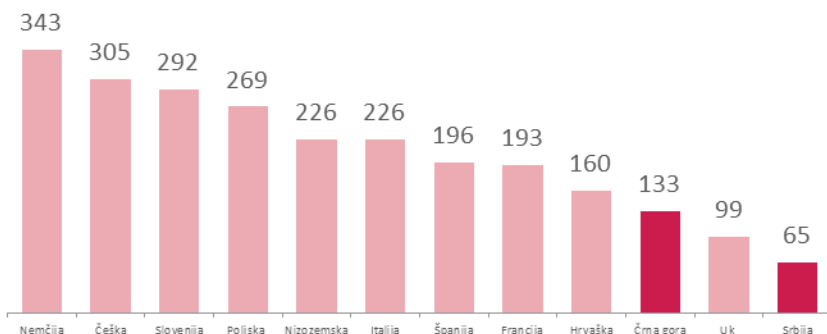
- Nov logistični center, ki bo zamenjal 8 trenutnih logističnih objektov v državi

Nižji stroški, dobave iz severne Hrvaške

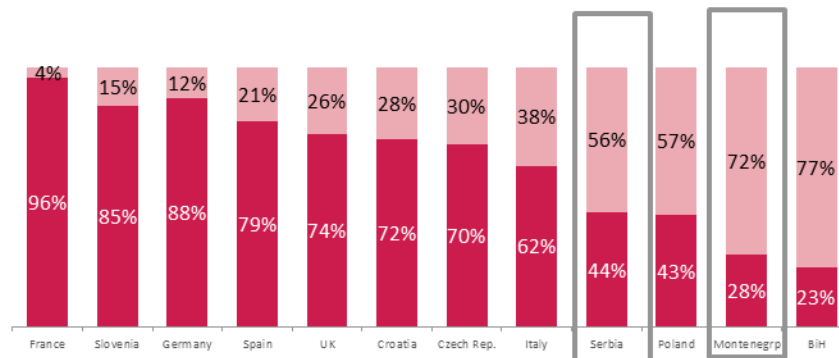
# Srbija in Črna Gora: Iskanje priložnosti za rast

Nizka **koncentracija in zgoščenosti** trgovin s prehrano napram trgovinam v Evropi.

m2 prodajnih površin na 1 mio prebivalcev



Delež organiziranega in ne-organiziranega trga



- Ocenjujemo velik potencial rasti. Če bo delež modernih trgovskih površin dosegel nivo 50-60% do leta 2016, ocenjujemo, da je priložnost za rast izjemno velika. **Vstop diskontnih trgovcev je bil zaustavljen.**

**Izjemna priložnost, da tržni vodja izkoristi priložnost za rast**

- Dobro pozicioniranje: **močan in rastoč tržni delež.**
- **Oba trga poslujeta z dobičkom** (z možnostjo dodatnega izboljšanja).
- **Dober portfelj prodajnih formatov; višji cenovni razred z Mercatorjevo blagovno znamko in v srednjem cenovnem razredu z blagovno znamko Roda.**

**Ogromna priložnost za povečanje poslovanja in dobičkonosnosti v regiji.**

# Odprodaja ne-osnovne dejavnosti

## Uspešna odprodaja Pekarne Grosuplje

### Predmet prodaje

- Blagovne znamke
- Nepremičnine in oprema v Grosuplju
- Vozni park
- Prenos zaposlenih Pekarne Grosuplje

### Prodajni proces

- Prejeli smo 4 nezavezujoče ponudbe
- V januarju 2015 so investitorji dobili vpogled v t.i. data room in v februarju 2015 so bili izvedene predstavitve investitorjem.
- Na podlagi prejetih ponudb je bil izbran Don Don, d.o.o., kot najboljši ponudnik
- **Zaključek transakcije pričakovan v drugi polovici 2015**

## Nakup dejavnosti veleprodaje in HORECA-e od družbe Era Good, d.o.o.

- Pogajanja potekala od okt 14 do feb 15
- Pridobili smo soglasje AVK
- Začetek prevzemanja poslov v april 15
- Prevzem dejavnosti velikosti 10m€ (HORECA ter javna naročila)



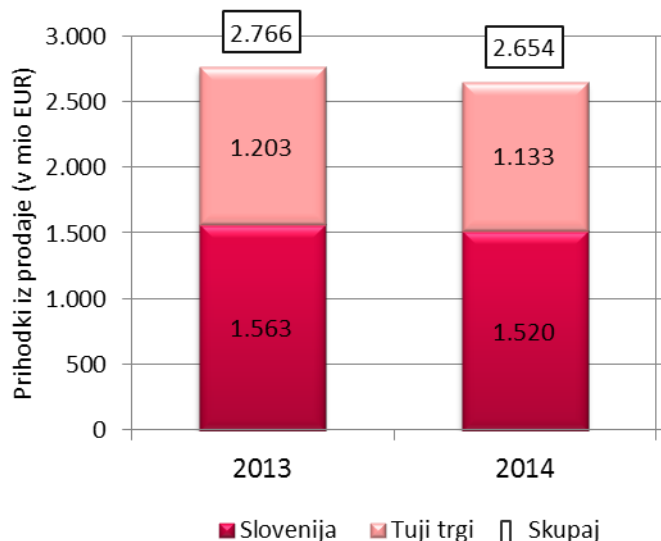
A photograph of three business professionals in an office setting. A woman with blonde hair in a black top is on the left, looking towards the center. A man with dark hair and a mustache, wearing a dark shirt and tie, is in the center, looking towards the right. A woman with dark hair in a white shirt is on the right, smiling and looking towards the center. They are seated at a dark wooden table with papers and a red folder featuring the Mercator logo. A large potted plant is in the background.

# Poslovanje Skupine Mercator

---

# Leto 2014 je bilo zaznamovano s finančnim prestrukturiranjem in integracijskimi aktivnostmi

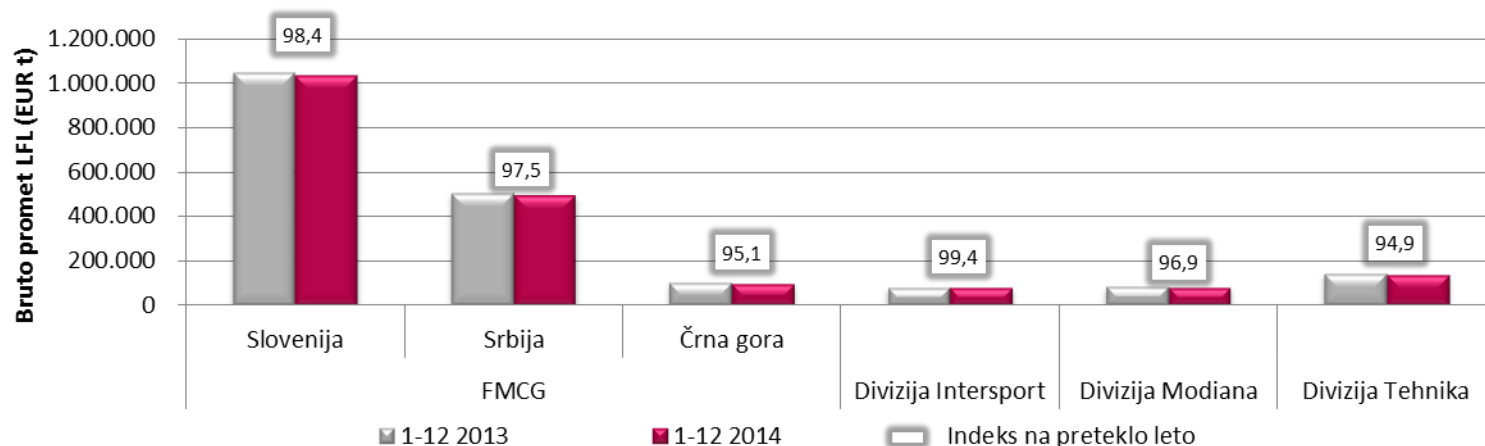
## Prestrukturiranje in integracija vidna v letu 2014



Skupina Mercator je zabeležila 2,65mrd EUR prihodkov kar je za 4,1% nižje prihodke v letu 2014 glede na leto prej.

Znižanje prihodkov je rezultat:

- Različne časovne dinamike integracije Hrvaške, BIH (h Konzumu) in Srbije (k Mercatorju)
- Padec prodaje v neosnovnih programih: Tehnika, Modiana zaradi zaprtja nedonosnih enot
- Spremembe v obnašanju potrošnikov
- Visoka konkurenca

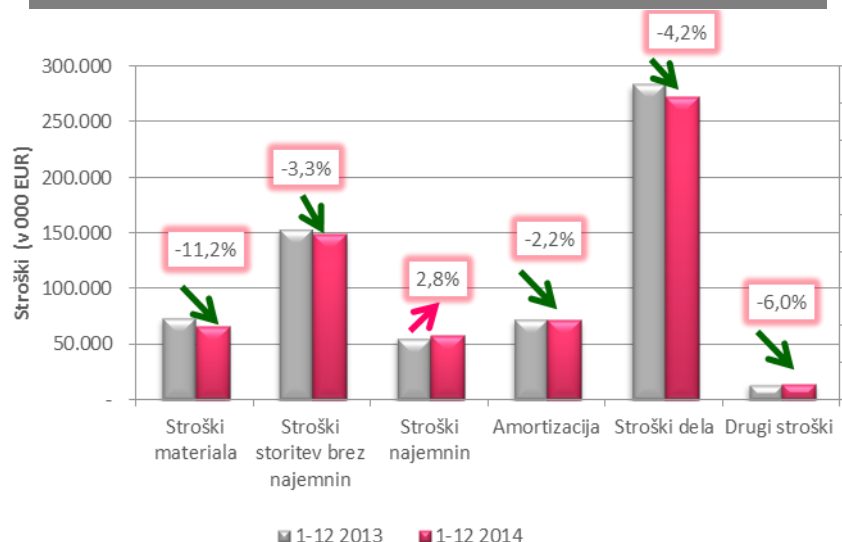


# Osredotočenost na stroškovno optimizacijo

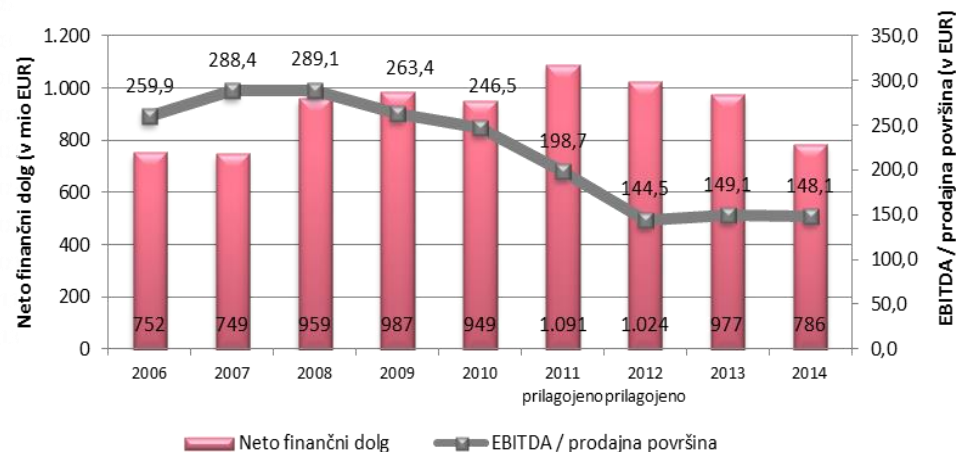
## Projekt stroškovne optimizacije presega načrtovane okvire

- V letu 2012 je bilo sprejetih več ukrepov za izboljšanje stroškovne učinkovitosti. Do konca leta so ti ukrepi prinesli prihranke v višini 10 mio EUR.
- Dodatna stroškovna racionalizacija v letu 2013 je privedla do prihrankov v višini 30,5 mio EUR (amortizacija izločena).
- V letu 2014 so se operativni stroški zmanjšali za 23,0 mio EUR (amortizacija izločena).

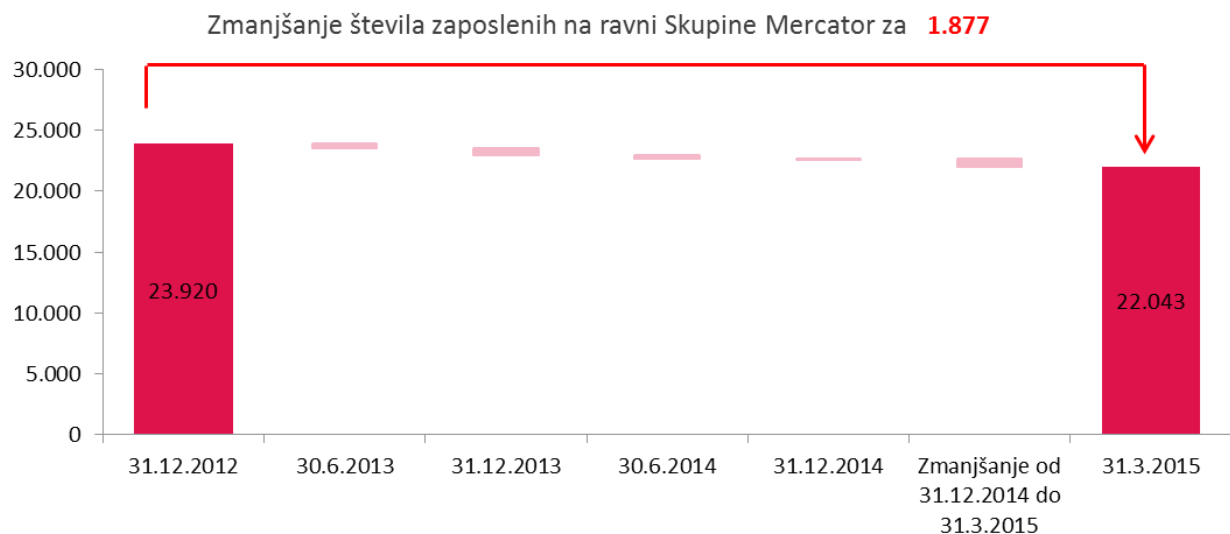
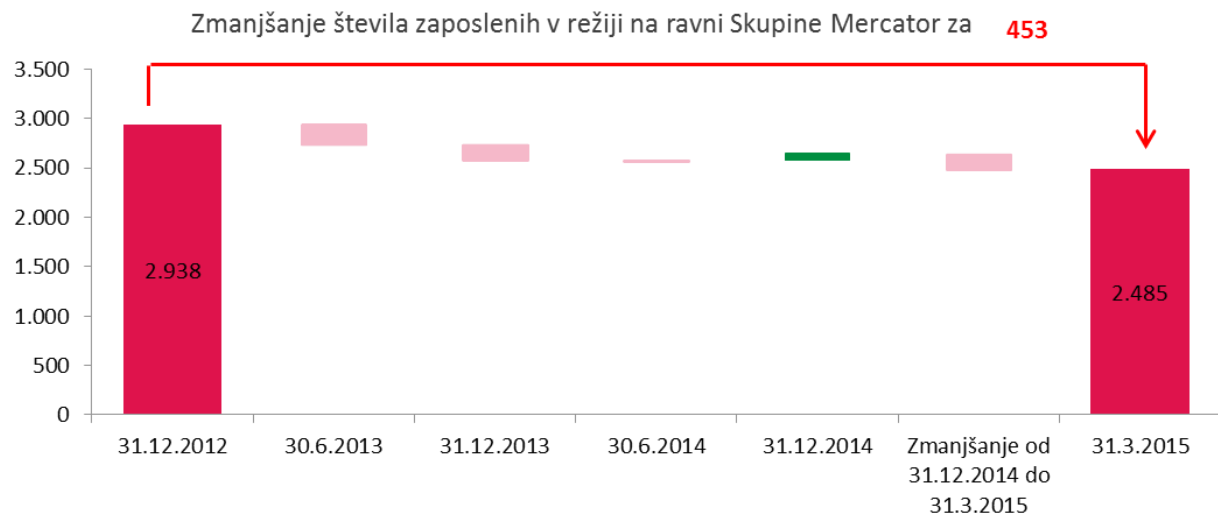
### STROŠKOVNA RACIONALIZACIJA



### Neto finančni dolg in EBITDA na m<sup>2</sup>



# Optimizacija števila zaposlenih se je izvedla predvsem v režiji



Število zaposlenih se je v obdobju december 2012 do marec 2015 zmanjšalo za 1.877.

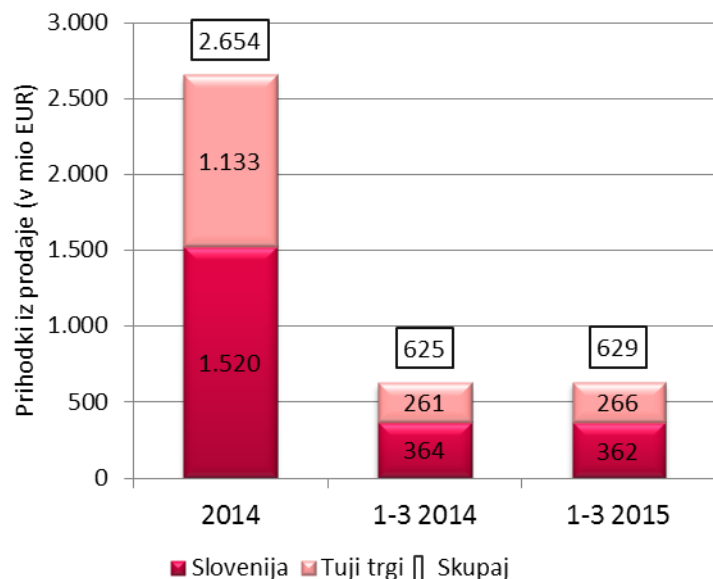
Število zaposlenih se je v obdobju od septembra 2014 do februarja 2015 povečalo zaradi prevzema zaposlenih Idea v Srbiji.

Prihodnje aktivnosti bodo usmerjene v optimizacijo administracije in izboljšanja delovnih procesov:

- Izmenjava najboljših praks z Agrokorjem
- Konsolidacija določenih funkcij
- Fokus na osnovno dejavnost

# Izboljšanje poslovne uspešnosti se iz zadnjega kvartala 2014 nadaljuje tudi v 1. kvartalu 2015

## Učinki prestrukturiranja in integracija so vidni že v 1. kvartalu 2015



V Q1 2015 so se prihodki povečali za 0,6 % v glede na Q1 2014 kar je predvsem rezultat izboljšanja poslovanja v Sloveniji ter prevzema poslovnih enot Idee v Srbiji.

Izboljšanje poslovanja v Q1 2015 je posledica

- višji prihodki
- nadaljevanje stroškovne optimizacije
- pozitivni sinergijski učinki, ki izhajajo iz konsolidacije trgovske dejavnosti v regiji

| EUR 000                                    | 1-3 2014 | 1-3 2015 | Indeks<br>1-3 2015<br>1-3 2014 | Plan 2015 | Indeks<br>1-3 2015<br>Plan 2015 |
|--------------------------------------------|----------|----------|--------------------------------|-----------|---------------------------------|
| Prihodki (EUR 000)                         | 624.840  | 628.721  | 100,6                          | 2.854.401 | 22,0                            |
| Poslovni izid iz poslovanja(EUR 000)       | 4.193    | 12.177   | 290,4                          | 108.307   | 11,2                            |
| EBITDA (EUR 000)                           | 21.891   | 30.955   | 141,4                          | 182.312   | 17,0                            |
| EBTDA marža                                | 3,5%     | 4,9%     | 140,5                          | 6,4%      | 76,6                            |
| Dobiček / izguba poslovnega leta (EUR 000) | (8.538)  | 4.066    | -                              | 59.652    | 6,8                             |



# Bilanca stanja Skupine Mercator na dan 31.3.2015

| v 000 EUR                                                                                 | 31.12.2014       | 31.3.2015        | Indeks<br>31.3.2015<br>31.12.2014 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|-----------------------------------|
| <b>SREDSTVA</b>                                                                           |                  |                  |                                   |
| <b>Dolgoročna sredstva</b>                                                                |                  |                  |                                   |
| Opredmetena in neopredmetena osnovna sredstva                                             | 1.639.097        | 1.623.596        | 99,1                              |
| Dolgoročno dana posojila, depoziti in ostale terjatve                                     | 48.494           | 49.530           | 102,1                             |
|                                                                                           | <b>1.687.592</b> | <b>1.673.126</b> | <b>99,1</b>                       |
| <b>Kratkoročna sredstva</b>                                                               |                  |                  |                                   |
| Zaloge                                                                                    | 257.323          | 258.598          | 100,5                             |
| Terjatve do kupcev in druge terjatve                                                      | 254.988          | 298.419          | 117,0                             |
| Denar in denarni ustrezniki, dana posojila in depoziti ter izpeljani finančni instrumenti | 37.470           | 18.769           | 50,1                              |
|                                                                                           | <b>549.781</b>   | <b>575.786</b>   | <b>104,7</b>                      |
| <b>Skupaj sredstva</b>                                                                    | <b>2.237.373</b> | <b>2.248.912</b> | <b>100,5</b>                      |
| <b>KAPITAL</b>                                                                            | <b>621.677</b>   | <b>626.126</b>   | <b>100,7</b>                      |
| <b>OBVEZNOSTI</b>                                                                         |                  |                  |                                   |
| <b>Dolgoročne obveznosti</b>                                                              |                  |                  |                                   |
| Poslovne, odložene obv. za davek in druge obveznosti                                      | 37.158           | 61.330           | 165,1                             |
| Finančne obveznosti                                                                       | 806.640          | 836.297          | 103,7                             |
| Rezervacije                                                                               | 20.706           | 20.581           | 99,4                              |
|                                                                                           | <b>864.503</b>   | <b>918.208</b>   | <b>106,2</b>                      |
| <b>Kratkoročne obveznosti</b>                                                             |                  |                  |                                   |
| Poslovne, odložene obv. za davek in druge obveznosti                                      | 708.195          | 659.462          | 93,1                              |
| Finančne obveznosti                                                                       | 42.998           | 45.117           | 104,9                             |
|                                                                                           | <b>751.193</b>   | <b>704.579</b>   | <b>93,8</b>                       |
| <b>Skupaj obveznosti</b>                                                                  | <b>1.615.696</b> | <b>1.622.787</b> | <b>100,4</b>                      |
| <b>Skupaj kapital in obveznosti</b>                                                       | <b>2.237.374</b> | <b>2.248.912</b> | <b>100,5</b>                      |

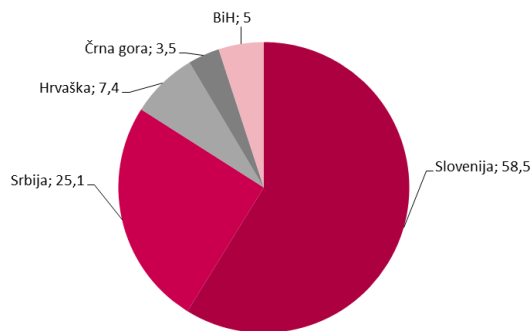
# Investicije so bile izvedene v skladu s sprejeto strategijo in tržnimi razmerami

V letu 2014 so znašale investicije Skupine Mercator 85,7 mio EUR.

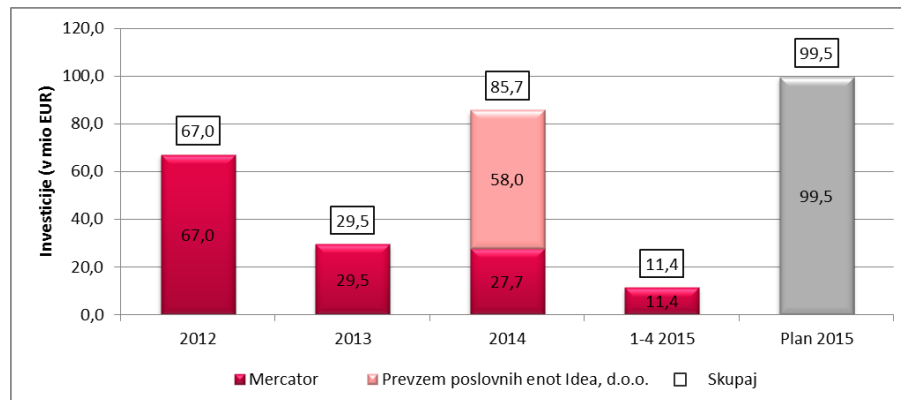
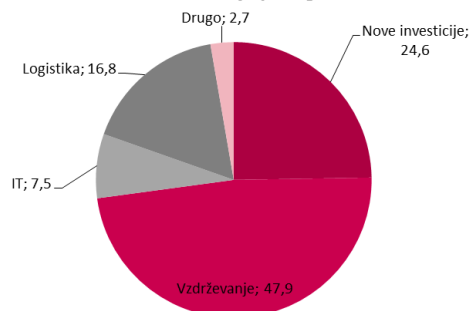
**V letu 2015 bodo investicije znašala 99,5 mio EUR ter tako pridobilo 54.234 m<sup>2</sup> novih prodajnih površin.**

## Planirane investicije v letu 2015

Delež investicij po trgih



Vrsta investicije po trgih



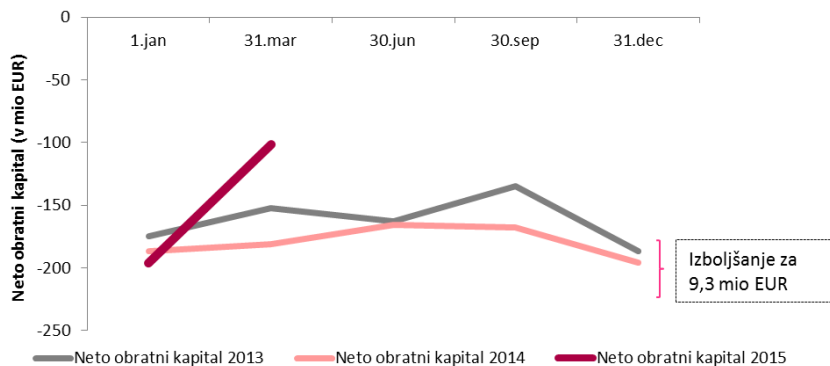
\* 58 mio EUR investicij v letu 2014 se nanaša ne prevzem 191 trgovin Idea v Srbiji.

## Strategija

- Najem trgovin bo primarni način pridobivanja novih prodajnih površin
- Pridobili bomo 54.234 m<sup>2</sup> novih prodajnih površin na 60 lokacijah in 4 razširitvah obstoječih objektov.
- Nadaljevanje aktivnosti posodabljanja Mercatorjevih nakupovalnih centrov predvsem v smislu programskega spleta
- V letu 2015 se bo aktivno iskalo rešitve glede novega distribucijskega centra.
- Monetizacija nepremičnin v znesku do 300 mio EUR.

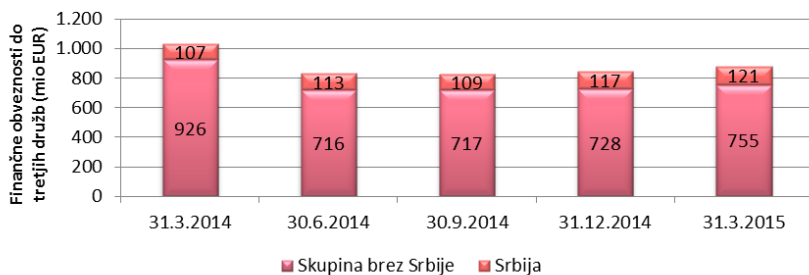
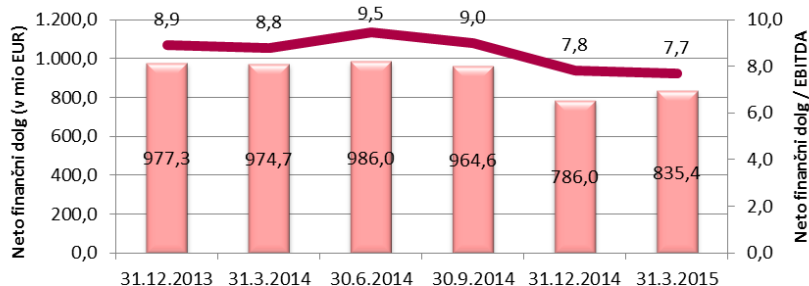
# Obratni kapital in neto dolg Skupine Mercator

## Obratni kapital



- V letu 2014 se je neto obratni kapital zmanjšal za 9,3 mio EUR.
- V letu 2015 se je obratni kapital povečal predvsem zaradi poslovne reorganizacije in konsolidacije poslovanja na trgih izven Slovenije.
- Po uspešnem zaključku prestrukturiranja je Mercator delno zmanjšal obveznosti do dobaviteljev.

## Neto dolg in finančne obveznosti



- Zmanjšanje neto dolg v letu 2014 je posledica zaključka finančnega prestrukturiranja, kateri je sledila dokapitalizacija s strani Agrokor Investments B.V.
- Povečanje dolga na dan 31.3.2015 je predvsem posledica črpanja prostih bančnih linij.

# Samostojno prestrukturiranje je izboljšalo ročnostno strukturo, ki je bilo nadgrajeno z dokapitalizacijo s strani Agrokorja

## Pred prestrukturiranjem

Kapital = € 504m

Dolgoročne finančne obveznosti = € 328m

Kratkoročne finančne obveznosti = € 705m

## Standalone restructuring

Kapital = € 501m

Dolgoročne finančne obveznosti = € 992m

Kratkoročne finančne obveznosti = € 55m

## Post M&A (pro forma)

Kapital = € 701m

Dolgoročne finančne obveznosti = € 792m

Kratkoročne finančne obveznosti = € 55m

# Ključne značilnosti prestrukturiranja finančnega dolga

**Prestrukturiranje finančnih obveznosti izven Srbije;** obsega različne tranše posojila (dolgoročna posojila, kratkoročna posojila, obresti in pomožna posojila):

- Dospelost dolga: Junij 2021
- Tehtana povprečna obrestna mera: 3.2%\*
- Plan odplačila dolga:

| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021             |
|------|------|------|------|------|------------------|
| €10m | €20m | €20m | €30m | €45m | Preostali znesek |

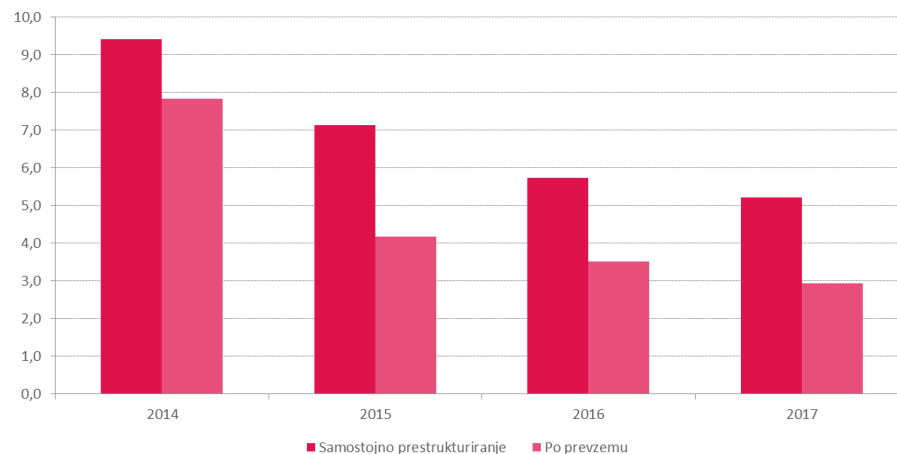
**Prestrukturiranje finančnih obveznosti Srbije;**

- Dospelost dolga: Marec 2020

**Finančni lizing:** podaljšanje odplačilne dobe

Pričakovati je, da bo stopnja finančnega vzvoda padla pod 4x do leta 2016 ali prej v primeru realizacije prodaje ne-strateških programov

Ocenjen Neto dolg/EBITDA



# Pravna razmerja med Mercatorjem in Agrokorjem

## Skupina Agrokor

Agrokor, d.d.

## Agrokorjeve obveznice

Agrokorjeve  
trgovske družbe

Agrokorjeve  
proizvodnje  
družbe

Ostale  
Agrokorjeve  
družbe

## Skupina Mercator

Wider  
group  
deal

Poslovni sistem  
Mercator

Mercator-H

Mercator-BH

Mercator-BL

Mercator-CG

Intersport

Mercator-Emba

Mercator-S

„Serbian deal“

Zaradi zahtev financerjev Mercatorja in Agrokorja so relacije med družbami natančno določene:

- Agrokorjeve obveznice: dokler bo neto dolg Mercatorja večji kot 4x neto dolg/EBITDA
- Mercatorjev prestrukturirani dolg
  - Srbija („Serbian deal“)
  - Vse družbe razen Srbije („Wider Group deal“)
  - Dogovor o delitvi sinergij





Pogoji izdaje  
komercialnih zapisov



# |Osnovne značilnosti komercialnih zapisov MEL08

|                                          |                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Vrsta vrednostnega papirja:</b>       | Komercialni zapis (KZ), instrument denarnega trga, glasi se na ime, izdan kot nematerializiran vrednostni papir v centralnem registru pri KDD, s predvideno oznako MEL08.                                            |
| <b>Status KZ:</b>                        | KZ so nezavarovani in nepodrejeni in bodo glede vrstnega reda poplačila vsaj enakovredni (pari passu) vsem drugim obstoječim in bodočim nezavarovanim in nepodrejenim obveznostim izdajatelja.                       |
| <b>Namen izdaje:</b>                     | Upravljanje likvidnosti, financiranje obratnega kapitala in razpršitev virov financiranja.                                                                                                                           |
| <b>Skupna nominalna vrednost izdaje:</b> | Do 20 mio EUR.                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Način obrestovanja:</b>               | Dejansko / 360.                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Izplačilo obresti in glavnice</b>     | KZ ne nosi obresti, ob izdaji je vplačan z diskontom, ob zapadlosti se izplača nominalna vrednost KZ.                                                                                                                |
| <b>Datum začetka obrestovanja:</b>       | Predvidoma petek 12.6.2015.                                                                                                                                                                                          |
| <b>Ročnost:</b>                          | Ročnost 360 dni, dospelost predvidoma 6.6.2016.                                                                                                                                                                      |
| <b>Donosnost do dospelosti:</b>          | Predlagana obrestna mera je med 2,2%-2,5% letno                                                                                                                                                                      |
| <b>Mesto trgovanja:</b>                  | Ljubljanska borza.                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Način prve prodaje:</b>               | Postopek javne ponudbe, za katero ni potrebno uporabiti pravil o objavi prospekta in drugih pravil v zvezi s ponudbo vrednostnih papirjev javnosti po 2. poglavju ZTFI. Izdaja je namenjena povabljenim vlagateljem. |

The background is a solid red color with several overlapping, semi-transparent wavy lines in various shades of red. A bright, multi-pointed starburst or lens flare effect is centered in the upper-middle part of the image, creating a focal point of light. The overall composition is abstract and modern.

Hvala!