

POLLETNO POROČILO

Skupine Mercator

in družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.,

za obdobje 1 – 6 2005



Avgust 2005

KAZALO

POMEMBNEJŠI POSLOVNI DOGODKI V OBDOBJU 1-6 2005	3
KLJUČNI ŠTEVILČNI PODATKI O POSLOVANJU V OBDOBJU 1-6 2005	5

POSLOVNO POROČILO

SESTAVA SKUPINE MERCATOR	8
STRATEGIJA POSLOVANJA SKUPINE MERCATOR	8
VPLIV TRŽNIH RAZMER NA POSLOVANJE	9
PRODAJA IN TRŽENJE	11
NABAVA	18
LOGISTIKA	18
NALOŽBE	19
RAZVOJ IN RAZISKAVE	23
ZAPOSLENI	39
LASTNIŠKA STRUKTURA IN DELNICA	44
KOMUNICIRANJE Z INTERESNIMI SKUPINAMI	47
FINANČNO POSLOVANJE	53
UPRAVLJENJE S TVEGANJI	54
OKOLJEVARSTVENE DEJAVNOSTI	57
POSLOVANJE DRUŽB SKUPINE MERCATOR	58

RAČUNOVODSKO POROČILO

RAČUNOVODSKO POROČILO SKUPINE MERCATOR	62
RAČUNOVODSKO POROČILO DRUŽBE POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D.	80
DOGODKI PO ZAKLJUČKU OBRAČUNSKEGA OBDOBJA 1-6 2005	93
NAČRTI DO KONCA LETA 2005	93
ZAKLJUČEK	93

POMEMBNEJŠI POSLOVNI DOGODKI V OBDOBJU 1-6 2005

1. januarja 2005 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., prevzela maloprodajno in veleprodajno dejavnost družbe Mercator – Dolenjska, d.d.

V januarju 2005 se je Mercator pridružil aktivnosti Rdečega križa Slovenije za pomoč prizadetim družinam v JV Aziji, kar je tudi v skladu z našo vrednoto družbeno odgovornega podjetja.

20. januarja 2005 je Mercator na 2. slovenskem festivalu komunikacijske učinkovitosti Effie za akcijo 'Zdravo življenje – Zdravo je pravo' prejel **bronasto nagrado Effie**.

1. februarja 2005 je Mercator uvedel zeleno kreditno kartico Mercator Pika na hrvaškem trgu ter uvedel poslovanje s karticami Mercator Pika v blagovnico Maximarket in v poslovne enote Mobitela, novega Pikinega partnerja.

10. februarja 2005 so bile obveznice družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., z oznako MEO1 uvrščene na prosti trg Ljubljanske borze vrednostnih papirjev, d.d.

14. februarja 2005 je Mercator že šestič uspešno izvedel Mercatorjeve trženjske dneve, tradicionalno srečanje vodstva Mercatorja s strateškimi partnerji. Letošnje (ne)formalno druženje z dobavitelji je potekalo v duhu razmišljanja o živilsko predelovalni industriji danes in jutri.

1. aprila 2005 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., prevzela maloprodajno dejavnost družbe Mercator – Goriška, d.d.

21. aprila 2005 je Ustavno sodišče RS sprejelo sklep, da Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o trgovini, v skladu s katerim bodo lahko trgovine odprte največ 10 nedelj v letu, stopi v veljavo s 1.1. 2006. V Mercatorju se na novo nastale razmere ter na čim bolj neboleče zmanjševanje števila zaposlenih že intenzivno pripravljamo.

V juniju 2005 je Mercator za imetnike zlate Pika kartice uvedel nove ugodnosti z namenom ugodnega nakupovanja preko telefonske linije.

30. junija 2005 so ljubljanski mestni svetniki potrdili osnutek odloka o lokacijskem načrtu za širitev Mercatorjevega centra v Šiški.

18. junija 2005 je na Bledu potekal tradicionalni Dan Mercatorja – osrednji praznik zaposlenih Skupine Mercator, ki se ga je udeležilo kar 18.000 zaposlenih z ožjimi družinskimi člani.

V obdobju 1 - 6 2005 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d.:

- dokapitalizirala družbo Mercator – H, d.o.o., v višini 3.229 mio SIT;
- dokapitalizirala družbo Mercator – S, d.o.o., v višini 959 mio SIT;
- dokapitalizirala družbo Mercator – BH, d.o.o., v višini 3.799 mio SIT;
- kupila dodatni lastniški delež v družbi Emona Maximarket, d.d., z nakupom 28,3 % lastnih delnic družbe v višini 739 mio SIT (lastniški delež na dan 30. 6. 2005 tako znaša 98,93 %);
- odkupovala delnice od manjšinskih delničarjev v družbah Alpkomerc Tolmin, d.d., in Živila Kranj, d.d., v skupni višini 457 mio SIT (lastniški delež na dan 30. 6. 2005 tako znaša v družbi Alpkomerc Tolmin, d.d., 97,38 % ter v družbi Živila Kranj, d.d., skupaj z lastnimi delnicami 98,45 %).

Širjenje maloprodajne mreže družb Skupine Mercator:

- **25. februarja 2005** odprtje Hura! diskonta v Novem mestu;
- **1. marca 2005** odprtje supermarketov na Vrhniki;
- **10. marca 2005** odprtje Hura! diskonta v Šempetru v Savinjski dolini;
- **21. marca 2005** odprtje Hura! diskonta v Gornji Radgoni;
- **23. marca 2005** odprtje Mercatorjevega centra v Zadru na Hrvaškem;
- **30. junija 2005** odprtje Trgovskega centra v Ajdovščini.

19. julija 2005 je nadzorni svet družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na 23. seji soglasno sprejel predlog o dokapitalizaciji družbe z izdajo novih delnic iz naslova odobrenega kapitala. Osnovni kapital družbe se tako poveča z izdajo do 641.700 delnic, po ceni 38.000 SIT za delnico, kar predstavlja povečanje do 24,4 mlrd SIT.

KLJUČNI ŠTEVILČNI PODATKI O POSLOVANJU V OBDOBJU 1-6 2005

KLJUČNI ŠTEVILČNI PODATKI O POSLOVANJU SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-6 2005 PO SRS

	Skupina Mercator						
	1-6 2004 SRS	Plan 2005 SRS	1-6 2005 SRS	Indeks 1-6 05 / 1-6 04	Indeks 1-6 05 / plan 05	1-6 2005 SRS **	Indeks 1-6 05 / 1-6 04
Čisti prihodki iz prodaje (v 000 SIT)	179.618.506	383.418.465	193.300.196	107,6	50,4	193.300.196	107,6
Čisti poslovni izid (v 000 SIT)	2.831.503	6.093.907	5.650.873	199,6	92,7	4.163.669	147,0
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo (v 000 SIT)	12.449.575	27.409.837	16.176.466	129,9	59,0	14.689.262	118,0
Naložbe v osnovna sredstva (v 000 SIT)	11.693.662	32.358.428	21.371.350	182,8	66,0	21.371.350	182,8
Naložbe v dolgoročne finančne naložbe (v 000 SIT)	80.510	309.188	1.408.536	1.749,5	455,6	1.408.536	1.749,5
Čista dobičkonosnost kapitala *	6,6%	6,9%	12,5%	189,4	181,2	9,2%	139,6
Čista dobičkonosnost prihodkov	1,6%	1,6%	2,9%	182,7	182,7	2,2%	134,6
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo na čiste prihodke iz prodaje	6,9%	7,1%	8,4%	121,3	117,9	7,6%	110,1
Število zaposlenih iz ur	14.209	14.605	14.752	103,8	101,0	14.752	103,8
Število zaposlenih po stanju	14.962	15.650	15.472	103,4	98,9	15.472	103,4

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

** Podatki brez upoštevanja dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d.

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2005 ustvarila čisti poslovni izid v višini 5.651 mio SIT. V rezultat skupine je vključen tudi enkraten dobiček pri prodaji finančne naložbe v družbo Sava, d.d., v višini 1.487 mio SIT, ki ga je ustvarila družba Poslovni sistem Mercator, d.d. V primeru izločitve dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d., iz izkaza poslovnega izida Skupine Mercator v obdobju 1-6 2005, bi čisti poslovni izid skupine znašal 4.164 mio SIT, kar je za 47 % več kot v opazovanem obdobju preteklega leta.

KLJUČNI ŠTEVILČNI PODATKI O POSLOVANJU SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-6 2005 PO MSRP

	Skupina Mercator				
	1-6 2004 MSRP	Plan 2005 MSRP	1-6 2005 MSRP	Indeks 1-6 05 / 1-6 04	Indeks 1-6 05 / plan 05
Čisti prihodki iz prodaje (v 000 SIT)	179.618.506	383.418.465	193.300.196	107,6	50,4
Čisti poslovni izid (v 000 SIT)	1.737.131	5.031.646	4.489.974	258,5	89,2
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo (v 000 SIT)	11.509.013	26.756.791	15.344.253	133,3	57,3
Naložbe v osnovna sredstva (v 000 SIT)	11.693.662	32.358.428	21.371.350	182,8	66,0
Naložbe v dolgoročne finančne naložbe (v 000 SIT)	80.510	309.188	1.408.536	1.749,5	455,6
Čista dobičkonosnost kapitala *	3,1%	4,5%	7,9%	251,3	176,4
Čista dobičkonosnost prihodkov	1,0%	1,3%	2,3%	240,2	177,0
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo na čiste prihodke iz prodaje	6,4%	7,0%	7,9%	123,9	113,8
Število zaposlenih iz ur	14.209	14.605	14.752	103,8	101,0
Število zaposlenih po stanju	14.962	15.650	15.472	103,4	98,9

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

**KLJUČNI ŠTEVILČNI PODATKI O POSLOVANJU DRUŽBE POSLOVNI SISTEM
MERCATOR, D.D., V OBDOBJU 1-6 2005 PO SRS**

	Poslovni sistem Mercator, d.d.						
	1-6 2004 (primerljivo)	Plan 2005 (primerljivo)	1-6 2005	Indeks 1-6 05 / 1-6 04	Indeks 1-6 05 / plan 05	1-6 2005 **	Indeks 1-6 05 / 1-6 04 **
Čisti prihodki iz prodaje (v 000 SIT)	104.672.221	260.275.033	132.285.743	126,4	50,8	132.285.743	126,4
Čisti poslovni izid (v 000 SIT)	2.696.380	4.380.653	4.977.737	184,6	113,6	3.490.533	129,5
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo (v 000 SIT)	7.481.315	16.897.900	10.876.988	145,4	64,4	9.389.784	125,5
Naložbe v osnovna sredstva (v 000 SIT)	6.302.333	9.123.765	4.346.326	69,0	47,6	4.346.326	69,0
Naložbe v dolgoročne finančne naložbe (v 000 SIT)	4.160.190	4.846.993	9.183.912	220,8	189,5	9.183.912	220,8
Čista dobičkonosnost kapitala *	6,2%	4,7%	10,5%	169,9	223,2	7,3%	118,2
Čista dobičkonosnost prihodkov	2,6%	1,7%	3,8%	146,1	223,6	2,6%	102,4
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo na čiste prihodke iz prodaje	7,1%	6,5%	8,2%	115,0	126,6	7,1%	99,3
Število zaposlenih iz ur	6.862	8.660	8.554	124,7	98,8	8.554	124,7
Število zaposlenih po stanju	7.715	9.881	9.337	121,0	94,5	9.337	121,0

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

** Podatki brez upoštevanja dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d.

Izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., so za obdobje 1-6 2004 in plan 2005 zaradi primerljivosti z obdobjem 1-6 2005 prilagojeni v skladu s spremenjenimi računovodskimi usmeritvami Skupine Mercator glede knjigovodskega evidentiranja kapitalskih dobičkov, ustvarjenih v odvisnih družbah, ki se od 1. 1. 2004 evidentirajo kot posebni prevrednotovalni popravek kapitala v bilanci stanja in ne več kot finančni prihodki v izkazu poslovnega izida.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v obdobju 1-6 2005 ustvarila čisti poslovni izid v višini 4.978 mio SIT. V rezultat družbe je vključen tudi enkratni dobiček pri prodaji finančne naložbe v družbo Sava, d.d., v višini 1.487 mio SIT. V primeru izločitve dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d., iz izkaza poslovnega izida družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-6 2005, bi čisti poslovni izid družbe znašal 3.491 mio SIT, kar je za 29,5 % več kot v opazovanem obdobju preteklega leta.



POSLOVNO

POROČILO

SESTAVA SKUPINE MERCATOR

Na dan 30. junija 2005 so Skupino Mercator, s katero označujemo skupino povezanih podjetij Poslovnega sistema Mercator, d.d., sestavljale naslednje družbe:

Poslovni sistem Mercator, d.d.		
Odkvisne družbe		
Trgovina doma	Trgovina novi trgi	Netrgovina
Mercator - SVS, d.d. 100,00%	Mercator - H, d.o.o. 99,75%	Pekarna Grosuplje, d.d. 75,13%
Mercator - Dolenjska, d.d. * 100,00%	Mercator- S, d.o.o. 100,00%	Belpana, d.o.o. 100,00%
Mercator - Goriška, d.d. * 99,26%	M - BH, d.o.o. 100,00%	Eta, d.d. 97,33%
Živila Kranj, d.d. * *** 89,22%		Mercator - Emba, d.d. 69,17%
Emona Maximarket, d.d. * 98,93%		Mercator - Optima, d.o.o. 100,00%
Alpkomerc Tolmin, d.d. ** 97,38%		M Hotel, d.o.o. 100,00%
M - Modna hiša, d.o.o. * 100,00%		

* Družbe so v fazi pripajanja družbi Poslovni sistem Mercator, d.d.

** Prenos dejavnosti družbe je na obvladujočo družbo načrtovan 1.1.2006.

*** Skupaj z lastnimi delnicami družbe Živila Kranj, d.d., znaša lastniški delež 98,45 %.

STRATEGIJA POSLOVANJA SKUPINE MERCATOR

POSŁANSTVO

Ljudem prinašamo najboljšo kakovost, izbiro in udobje za njihov denar.

VIZIJA

Želimo biti vodilni trgovec na trgih jugovzhodne Evrope. Na vseh trgih delovanja želimo kupcem zagotoviti enako visok standard ponudbe in storitve, povečati poslovno učinkovitost ter dosegati raven poslovne uspešnosti najboljših evropskih trgovskih verig.

VREDNOTE KORPORACIJSKE KULTURE

- Središče našega delovanja je kupec.
- Poudarjamo zaupanje ter spoštovanje moralnih in etičnih vrednot v vseh družbah in na vseh trgih Skupine Mercator.
- Spodbujamo ustvarjalnost, skupinsko delo in motivacijsko vodenje.
- Sodelujemo z okoljem in povečujemo svojo trajnostno družbeno odgovorno vlogo.

Razumevanje in sprejemanje korporacijske kulture med zaposlenimi je osnova za njeno trdnost. Zavedamo se, da je lahko korporacijska kultura naša dolgoročna konkurenčna prednost, saj se je v kratkem roku ne da posnemati, ne da se je kupiti, ampak se jo razvija skozi daljše obdobje. Zato veliko naporov vlagamo v njeno razumevanje na vseh naših trgih.

STRATEŠKI CILJI SKUPINE MERCATOR

- Skrb za zadovoljstvo Mercatorjevih kupcev in pridobivanje novih kupcev.
 - V vsakem trenutku pravi izdelki na pravem mestu.
 - Najboljši zaposleni za največje zadovoljstvo kupcev.
- Povečevanje poslovne uspešnosti, učinkovitosti ter vrednosti premoženja lastnikov.
 - Skrb za okolje.

Osnova korporacijske kulture temelji na spoznanju, da smo lahko najboljši trgovec svojim kupcem šele takrat, ko smo najboljši trgovec svojim zaposlenim.



Vsako podjetje, katerega strateški cilj je rast in napredek, mora imeti oblikovano dolgoročno in edinstveno konkurenčno prednost. **Korporacijska kultura je v Mercatorju dejavnik, ki smo ga prepoznali in razvili do tako visoke stopnje, da je postala naša močna konkurenčna prednost. S širitvijo na nove trge pa jo nadgrajujemo.**

VPLIV TRŽNIH RAZMER NA POSLOVANJE

Na slovenskem trgu sta v letu 2005 na področju trgovine aktualni predvsem dve tematiki: nedeljsko obratovanje trgovin in dvojno označevanje cen.

Ustavno sodišče je sprejelo odločbo o **nedeljskem zaprtju trgovin po 1. januarju prihodnje leto**, vendar so v teku še dogovori glede izjem. Predvideno je, da bi lahko trgovine v turističnih krajih in v starih mestnih jedrih ob nedeljah obratovale.

V Mercatorju smo izdelali natančno analizo učinkov zaprtja prodajaln ob nedeljah in praznikih na ravni Skupine Mercator, ki smo jo poslali na Ustavno sodišče:

1. Učinki na poslovanje z vidika ustvarjenega prometa;
2. Učinki na poslovanje z vidika zaposlenih;
3. Ponovna rast deleža nakupov v tujini.

Glede na ugotovljene posledice, ki jih bo imela sprejeta odločba na poslovanje Mercatorja, smo pripravili ukrepe, ki nam bodo omogočali učinkovito poslovanje tudi v prihodnje. Ob nedeljah je v Mercatorju namreč odprtih okoli 300 trgovin, ki naj bi s 1. 1. 2006 ob nedeljah prenehale poslovati; z vidika zaposlenih to pomeni približno 500 zaposlenih preveč.

Informativno **dvojno označevanje cen** naj bi se začelo 1. marca 2006, vendar prav tako tudi na tem področju še potekajo usklajevanja, saj trgovci menijo, da bi uvedli krajše obdobje dvojnih cen, in sicer s 1. junijem 2006, ko bo začelo veljati tudi nepreklicno razmerje med tečajem tolarja in evra.

V Mercatorju imamo v ta namen oblikovano tudi projektno skupino. Stroške dvojnega označevanja cen ocenjujemo na okoli 200 milijonov tolarjev za enkratno spremembo; strošek zajema dopolnitev in namestitve programske opreme, zamenjavo plastičnih označevalcev na programih delikatese, kruha ter sadja in zelenjave, kot tudi menjavo etiket in druge materialne stroške.

Na vstop na slovenski trg pa se še naprej pripravljata diskontna trgovca – Aldi in Lidl. V Mercatorju kot odgovor na prihajajoča trgovca natančno analiziramo trg in odpiramo lastne diskontne prodajalne – Hura! diskonte, kjer ugotavljamo, da obstaja dovolj veliko zaledje potencialnih kupcev – tisti, ki so cenovno najbolj občutljivi, in tisti, ki se obnašajo racionalno.

Z vidika drugih gospodarskih razmer lahko povzamemo, da se umirjanje gospodarske aktivnosti v Sloveniji iz konca lanskega leta nadaljuje tudi v letu 2005; medletna rast BDP je znašala 2,6 %. Cene življenjskih potrebščin so se junija zvišale za 0,1 %; medletna rast je znašala 1,9 %. Junjsko rast cen so zaznamovale pocenitve blaga za 0,2 % in podražitve storitev za 0,6 %. Cene naftnih derivatov so najpomembnejši dejavnik inflacije v zadnjem letu; medletno so se povečale za okrog 15 % in so prispevale več kot polovico inflacije oziroma 1,1 odstotno točko. Največje tveganje za začasni dvig inflacije v naslednjih mesecih predstavljajo nihanje cen sezonskih proizvodov in storitev ter cen nafte na svetovnem trgu.

Osnovna inflacija je v evroobmočju stabilna, kar kaže na odsotnost inflacijskih pritiskov s strani povpraševanja. Obrestna mera Evropske centralne banke ostaja nespremenjena (2 %). Povečevanje razmika med ameriškimi in evropskimi obrestnimi merami, politična kriza v EU in pešanje industrijske proizvodnje evroobmočja vpliva na zmanjševanje vrednosti EUR do ameriškega dolarja. Junija je EUR do ameriškega dolarja depreciral za 4 %, od konca lanskega leta do junija pa za 9 %.

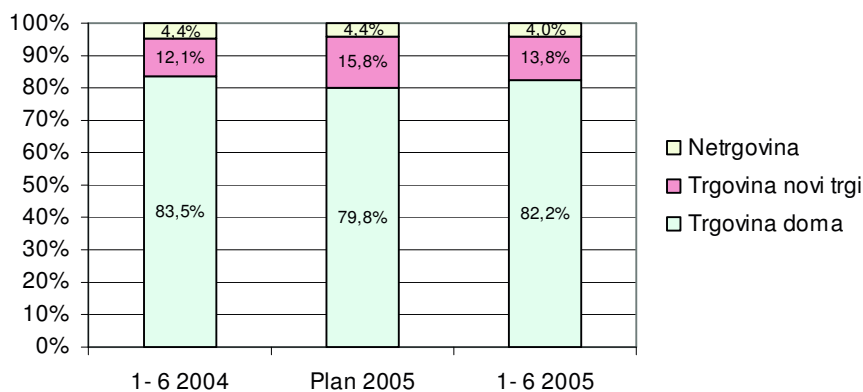
Skupno kreditiranje podjetij doma in iz tujine ostaja na isti ravni kot ob koncu lanskega leta, pri čemer podjetja v veliki meri nadomeščajo tuje z domačimi viri financiranja. Rast tolarskih kratkoročno vezanih vlog se krepi, rast deviznih vlog pa se je ustavila.

PRODAJA IN TRŽENJE

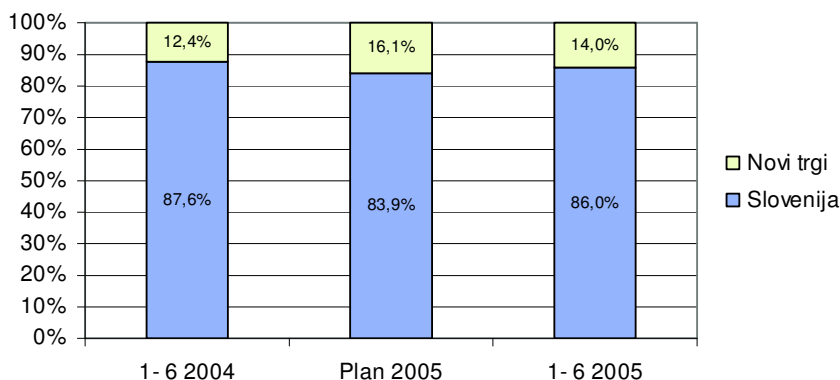
PRODAJA

Skupina Mercator je v prvem polletju leta 2005 realizirala 193.300 mio SIT čistih prihodkov iz prodaje, kar je za 7,6 % več kakor v enakem obdobju lani.

Čisti prihodki iz prodaje Skupine Mercator po področnih odsekih

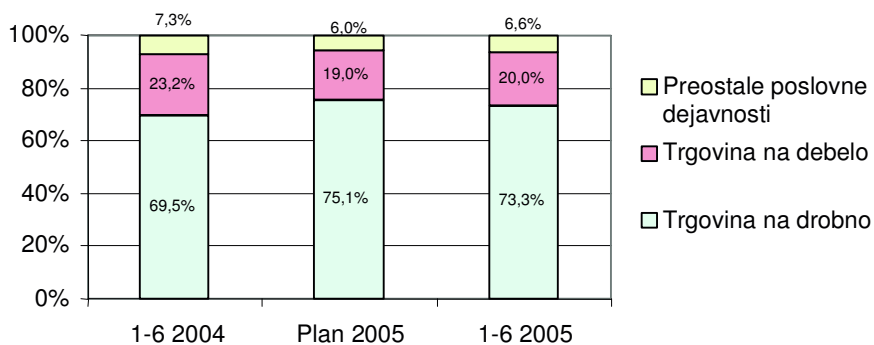


Čisti prihodki iz prodaje Skupine Mercator po območnih odsekih



Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v prvem polletju leta 2005 realizirala 132.286 mio SIT čistih prihodkov iz prodaje, kar je za 26,4 % več kakor v prvem polletju leta 2004.

Čisti prihodki iz prodaje
družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.,
po področnih odsekih



PRODAJNI FORMATI

V Mercatorju smo na dan 30. 6. 2005 razpolagali z več kot 650.000 m² prodajnih površin.

Z razvojem različnih prodajnih formatov se odzivamo na želje in potrebe kupcev, ki so vedno bolj informirani, zahtevnejši in cenovno bolj občutljivi.

Na področju **market programa** razvijamo hipermarkete, supermarkete in manjše sosedске prodajalne, prodajalne udobja in spletno trgovino; v letu 2004 smo razvili tudi divizijo hard diskontov.

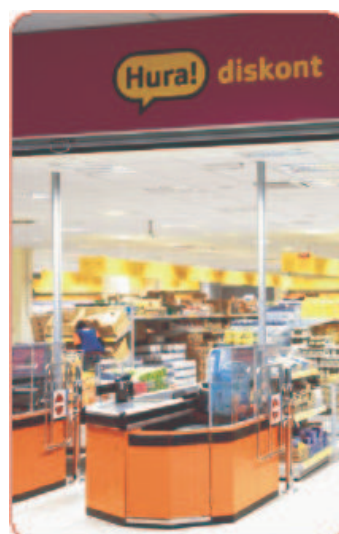
✂ **S hipermarketi** ciljamo na najširšo populacijo, predvsem na družine z odraščajočimi otroki, kajti te prodajalne se večinoma nahajajo v nakupovalnih središčih, kjer lahko ljudje nakupujejo po sistemu vse na enem mestu in kjer se lahko družijo in preživljajo svoj prosti čas.

✂ **Supermarketi in sosedске prodajalne** se nahajajo v večjih stanovanjskih in poslovnih naseljih in so namenjeni opravljanju dnevnih in sprotnih nakupov.

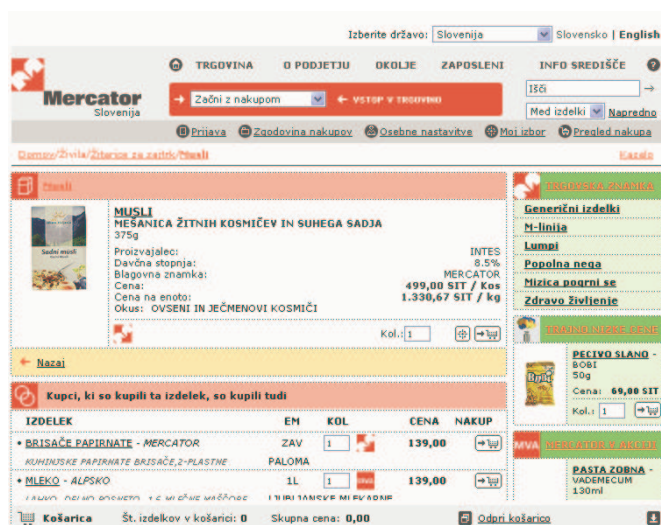


✂ **Prodajalne udobja** razvijamo v strogih mestnih in poslovnih središčih največjih mest, namenjene pa so segmentu kupcev s hitrim načinom življenja; ponudba temelji na svežem programu in na pripravljeni hrani.

✂ Hard diskonte smo poimenovali **Hura! diskonti** in so namenjeni kupcem z nižjo kupno močjo ter kupcem, ki se obnašajo racionalno, kajti ponudba v diskontih zajema ponudbo kakovostnih, vendar neznanih izdelkov po zelo ugodnih cenah. V okviru verige **Hura! diskonti** smo v letu 2004 odprli 4 prodajalne, in sicer v Ljubljani, Metliki, Murski Soboti in Cerknici, v letu 2005 pa smo do 30. 6. 2005 odprli tri nove tovrstne prodajalne: v Novem mestu, Šempetru v Savinjski dolini in Gornji Radgoni. V juliju 2005 pa še dve, in sicer v Žalcu in v Črnomlju.



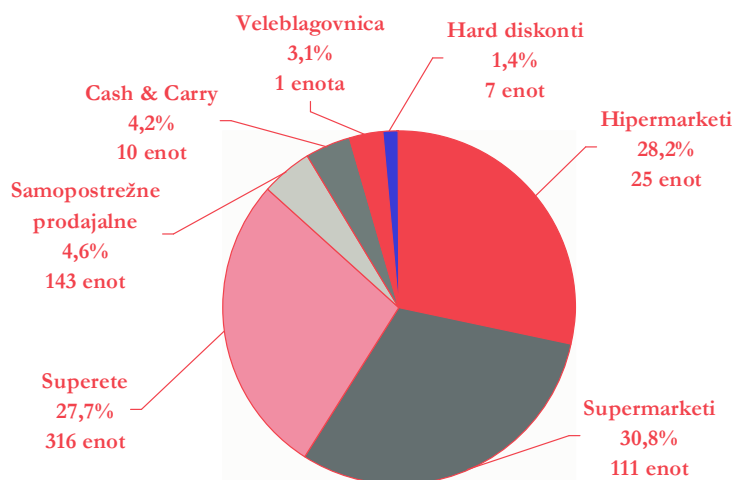
 **Spletna trgovina** je namenjena kupcem, ki zaradi pomanjkanja časa in želje po udobju raje nakupujejo kar od doma.



S ciljem zagotavljanja cenovne konkurenčnosti in večanja zvestobe kupcev izvajamo v okviru market programa številne trženjske aktivnosti, ki jih podrobneje predstavljamo v okviru poglavja strateški trženjski projekti in so namenjeni:

- **večanju zvestobe kupcev:** Mercator Pika kartica;
- **omogočanju kupcem nakupe, ki jim prinašajo največjo vrednost za denar:** izdelki linij trgovske znamke Mercator in izdelki v okviru projekta 5 na dan;
- **izobraževanju kupcev in večanju ugleda blagovne znamke Mercator:** revija Mesec;
- **vsakodnevnim ugodnim nakupom naših kupcev:** v ta namen razvijamo dolgoročne projekte pospeševanja prodaje (Trajno nizke cene, Nacionalne košarice - Slovenska, Hrvaška, Bosanska, Srbska) ter kratkoročne projekte pospeševanja prodaje (redne akcije: HM akcije z Brez dvoma najboljšo ceno, akcije v vseh prodajalnah z market programom, v tekstilnih, pohištvenih in tehničnih prodajalnah, Intersport akcije in Beautique akcije ter co-marketingške aktivnosti, ki jih razvijamo skupaj s strateškimi dobavitelji).

Struktura prodajnih formatov glede na prodajno površino v diviziji market programa Skupine Mercator na dan 30. 6. 2005



V Mercatorju nudimo kupcem pester izbor izdelkov različnih prodajnih programov, zato poleg market programa razvijamo tudi ponudbo specializiranih divizij.

Intersport

Mercator je nosilec licence za Intersport na slovenskem, hrvaškem, bosanskem in srbskem trgu. Na slovenskem trgu je prisoten od leta 1999 in je trenutno drugi trgovec s športnimi izdelki. Na slovenskem trgu je bilo na dan 30. 6. 2005 v okviru divizije Intersport 18 lastnih in 5 franšiznih prodajaln ter ena prodajalna Šport Krško, ki smo jo dobili s prevzemom dejavnosti družbe Mercator – Dolenjska, d.d. Na hrvaškem trgu imamo 11 lastnih prodajaln, na bosanskem 2 lastni prodajalni ter na srbskem trgu 1 lastno in 1 franšizno prodajalno.



Tekstilna divizija – Maximarket / Modna hiša / Beautique

V okviru Modne hiše razvijamo dva glavna tipa prodajaln z oblačili pod blagovnimi znamkama: **Modiana in Avenija mode**. V okviru blagovne znamke Modiana razvijamo v večjih mestih tudi prodajni format **Modiana outlet**, ki je namenjen odprodaji oblačil preteklih sezon po ugodnih cenah. V prvem polletju 2005 smo odprli prodajalno Avenija mode in Sinequanone v MC Zadar ter prodajalno Modiana v Dravogradu in TC Ajdovščina. V okviru novo odprtih prodajaln smo po novem konceptu (program tekstila in drogerije v skupni prodajalni, ki je bil prvič predstavljen v Modiani v Ivančni Gorici) uredili tudi drogerijski oddelek **Beautique**.

V prihajajočem obdobju bomo razvili tudi **mestni tip blagovnice**, ki jo bomo kupcem prvič predstavili na primeru blagovnice **Maxi**, ki se nahaja v mestnem središču Ljubljane.

Na dan 30. 6. 2005 je bilo v Skupini Mercator 159 tekstilnih in drogerijskih prodajaln.



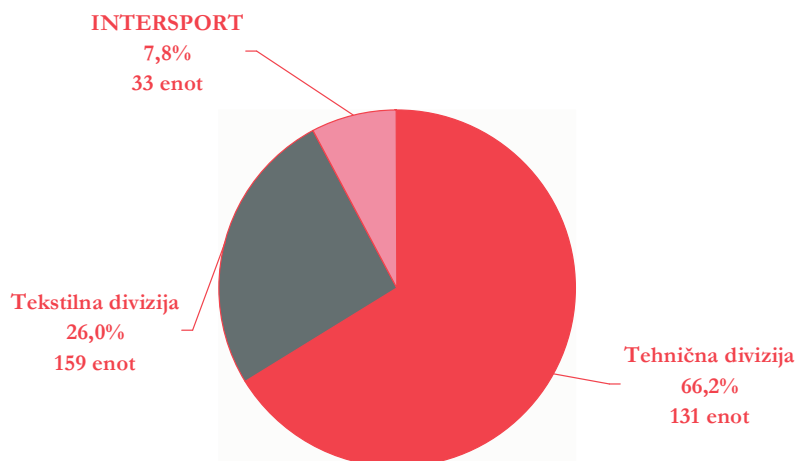
Tehnična divizija Mercator

V letu 2003 smo uspešno oblikovali tehnično divizijo Mercator, ki združuje programe pohištva in opreme, hišne in zabavne elektronike ter gradbenega in inštalacijskega materiala. V letu 2004 smo na slovenskem in hrvaškem trgu predstavili nakupovalni center tehnične divizije – v Ljubljani (Črnuče) in tehnični center v MC Osijek, s čimer smo kupcem ponudili celovito

ponudbo omenjenih programov na enem mestu. Do 30. 6. 2005 smo odprli še dva centra tehnike: v Ajdovščini in v Zadru. Do konca leta 2005 bomo odprli še center tehnike v Čačku.

Na dan 30. 6. 2005 je bilo v okviru tehnične divizije v Skupini Mercator 131 prodajaln.

Struktura prodajnih formatov glede na prodajno površino specializiranih divizij na dan 30. 6. 2005



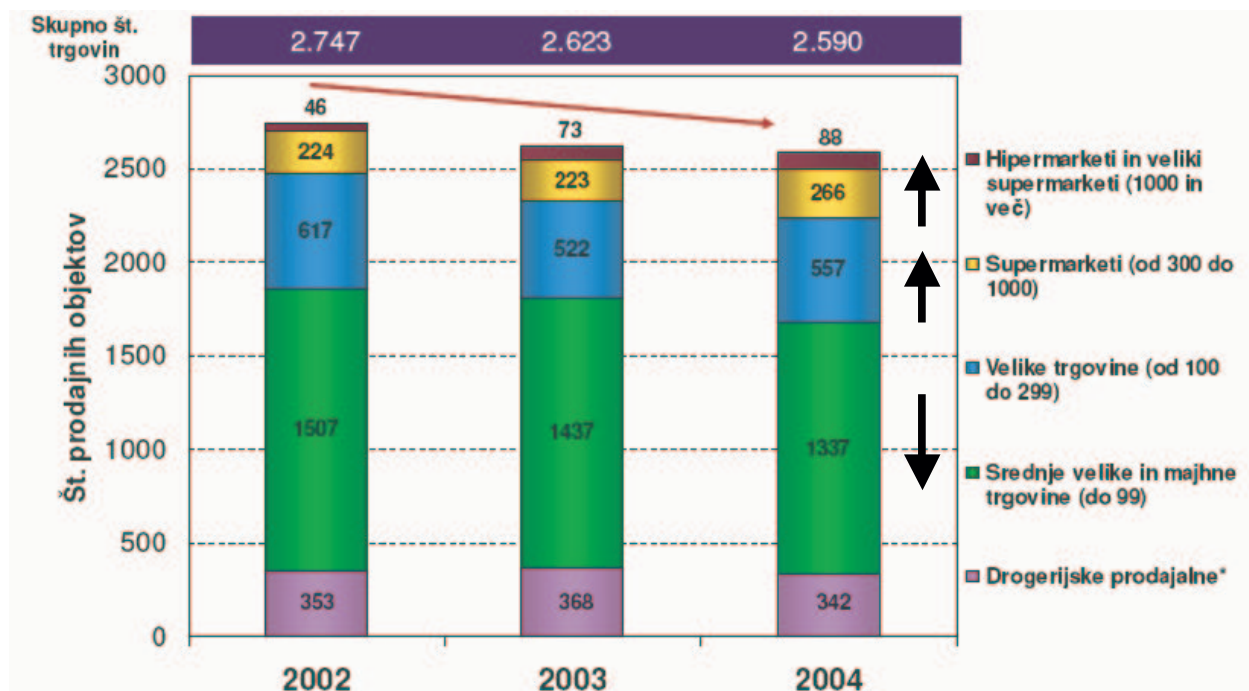
SESTAVA MALOPRODAJNIH ENOT SKUPINE MERCATOR

Pregled sestave maloprodajnih enot Skupine Mercator po tipih maloprodajnih enot na dan 30. 6. 2005

DEJAVNOST	Število enot	Neto prodajna površina v m2	Bruto prodajna površina v m2
Hipermarketi	25	73.415	115.145
Supermarketi	111	80.373	125.366
Superete	316	72.102	129.589
Samopostrežne prodajalne	143	12.072	22.870
Cash & Carry	10	10.851	13.834
Veleblagovnica	1	8.041	12.642
Hard diskonti	7	3.749	5.397
Skupaj market program	613	260.603	424.843
Tehnična divizija	131	67.438	136.025
Tehnični program	89	38.391	97.118
Pohištveni program	42	29.046	38.907
Tekstilna divizija in drogerije	159	43.645	53.407
Tekstilni program	135	41.526	50.680
Drogerije	24	2.120	2.727
Intersport	33	12.353	15.929
Gostinstvo	70	15.086	20.296
Drugo	7	342	540
Skupaj specializirane divizije	400	138.865	226.197
SKUPAJ	1.013	399.467	651.040
Franšizne prodajalne	159	20.919	32.859
SKUPAJ s franšiznimi prodajalnami	1.172	420.386	683.899

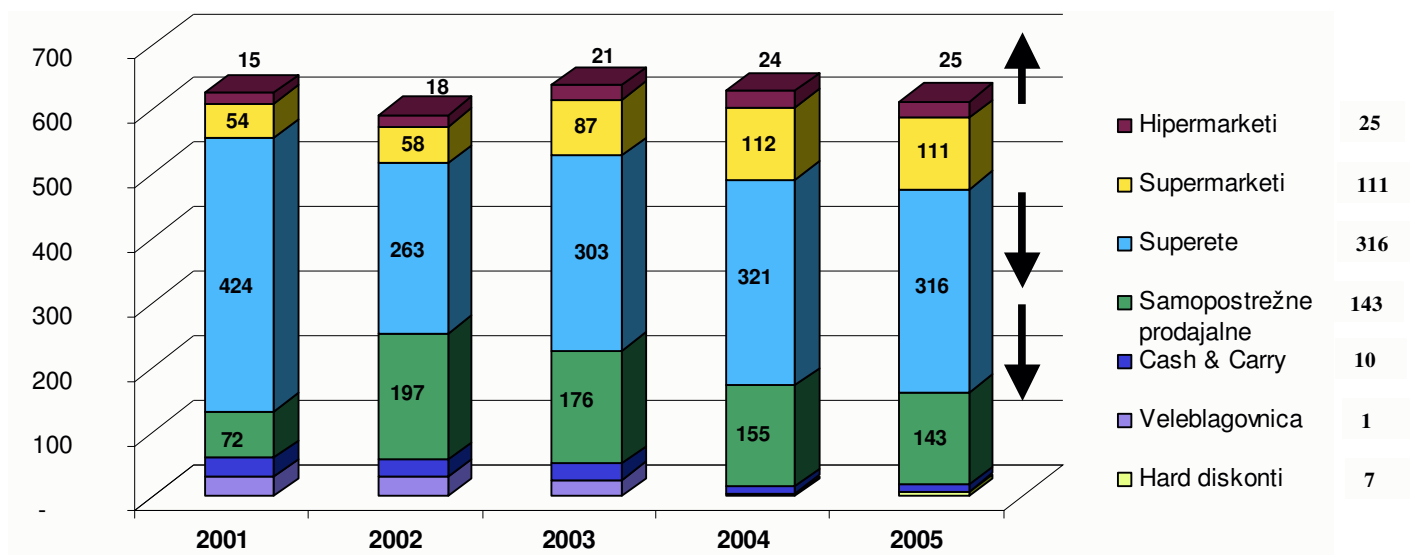
* v preglednici nista zajeti Internet trgovina družbe Mercator-SVS in Igralnica družbe Živila Kranj.

Struktura in trend gibanja strukture prodajnih formatov v okviru market programa na slovenskem trgu



Vir: AC Nielsen, 2005.

Situacija glede gibanja strukture prodajnih formatov v okviru market programa v Skupini Mercator od leta 2001 do 2005



*Opomba: Poimenovanje prodajnih formatov, ki so ga zasledovali v družbi AC Nielsen, se rahlo razlikuje od poimenovanja prodajnih formatov v Mercatorju, vendar strukturo lahko primerjamo na podlagi velikosti prodajnih površin.

TRŽNI DELEŽ MERCATORJA PO POSAMEZNIH TRGIH

Mercator s svojo maloprodajno mrežo trenutno nastopa na štirih trgih držav:

- Slovenije,
- Hrvaške,
- Srbije in Črne gore ter
- Bosne in Hercegovine.

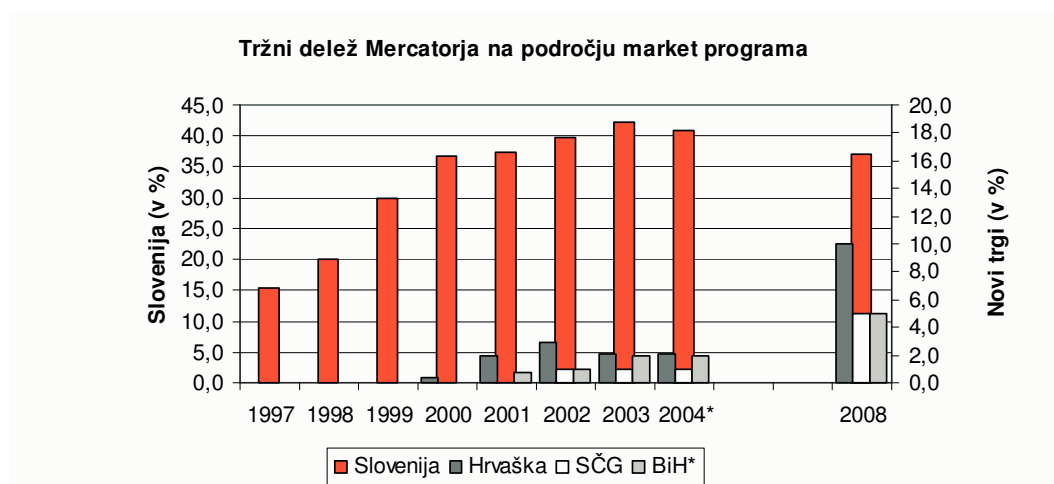
Na **slovenskem trgu** želimo utrditi položaj vodilnega trgovca:

- težili bomo h konsolidaciji obstoječe maloprodajne mreže in
- zapolnitvi posameznih mikrotrgov: izgradnja Mercator centrov (večja mesta), trgovskih centrov (manjša mesta) in izgradnjo supermarketov v blokovskih in stanovanjskih naseljih, superet v manjših krajih, prodajaln udobja v poslovnih središčih in Hura! diskontov v vseh večjih in manjših mestih kot ponudbo, ki zadovoljuje potrebe racionalnih kupcev;
- dokončno oblikovanje verig in prodajnih formatov verig.

Na **novih trgih** želimo postati eden od treh največjih trgovcev. Tako bomo do konca leta 2008 postali pomemben trgovec na območju jugovzhodne Evrope:

- na hrvaškem trgu nameravamo imeti do konca leta 2008 10 % tržni delež,
- na srbskem trgu načrtujemo do konca leta 2008 5 % tržni delež,
- na trgu Bosne in Hercegovine si hočemo do konca leta 2008 zagotoviti 5 % tržni delež.

Tržni delež Mercatorja v Sloveniji in na novih trgih



Vir: GfK, 1997-2004

*Opomba: GfK Gral Iteó je leta 2004 spremenil metodologijo merjenja tržnih deležev v Sloveniji. Po novi metodologiji se tržni deleži izračunavajo s panelom gospodinjstev (dejanski nakupi po računih iz prodajaln), pri prejšnjih merjenjih v raziskavi Slovenska trgovina pa je bila izvedena telefonska raziskava (nakupi prejšnjega dne po spominu). Zato je bil tržni delež Mercatorja, ki je na trgu zelo prepoznavna blagovna znamka, v prejšnjih letih rahlo precenjen.

Tržni delež v BiH je ocenjen. Po ustvarjenih prihodkih se družba Mercator – BH, d.o.o., med vsemi trgovci na trgu BiH uvršča na najvišje mesto. Med vsemi podjetji na trgu BiH pa je na 25. mestu (Poslovne novine, BiH).

NABAVA

Na področju nabave trgovskega in netrgovskega blaga v vseh Mercatorjevih programih in na vseh trgih njegovega delovanja tudi v letu 2005 nadaljujemo s politiko, ki je opredeljena v srednjeročnem planu in je letno natančneje določena s politiko na področju nabave, ki jo Uprava družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., vsako leto, torej tudi v začetku leta 2005, obravnava in sprejme.

V skladu z nabavno politiko smo opravili razgovore o poslovnem sodelovanju v tekočem letu z vsemi dobavitelji in sklenili ustrezne pogodbe. Že v fazi priprave na razgovore z dobavitelji in kasneje v operativnem poslovanju dosledno spoštujemo ISO predpise, ki smo jih v začetku tega leta uskladili z organizacijskimi spremembami, ki so bile izvedene v zadnjem času, ter jih vsebinsko nadgradili in izpopolnili.

Tudi v letu 2005 dajemo prednost slovenski kakovostni proizvodnji, proizvodnji držav, kjer imamo svojo maloprodajno mrežo, ter najboljšim svetovnim blagovnim znamkam.

S politiko strateškega partnerstva, ki pomeni poglobljeno sodelovanje z dobavitelji v korist kupca in prodajalca predvsem pa končnega potrošnika, smo v prvem polletju letos povečali koncentracijo nabave: ob upoštevanju kapitalskih povezav smo z 10 največjimi dobavitelji ustvarili skoraj 35 % celotne nabave oziroma za skoraj dve odstotni točki v strukturi celotne nabave več kot v enakem obdobju lani. Tudi podatki za posamezne trge, kjer ima Mercator svojo maloprodajno mrežo, kažejo enake trende, kot je trend za Skupino Mercator.

Projekt upravljanja z blagovnimi skupinami nadalje širimo na nove dobavitelje in blagovne skupine, pri čemer vlagamo napore v smeri pridobitve slovenskih proizvajalcev za sodelovanje na tem projektu. Zaradi relativno nizke ravni znanja na tem področju so težave precejšnje, zato skupina, ki dela na projektu, izvaja izobraževanje sodelavcev dobavitelja, ki je izbran za delo na tem projektu. S tem pristopom smo uspeli zainteresirati večje število slovenskih proizvajalcev, ki bodo jeseni usposobljeni za delo na projektu upravljanja z blagovnimi skupinami.

LOGISTIKA

V Mercatorju za izvajanje logistične dejavnosti skrbimo v distribucijskih centrih v treh družbah Skupine Mercator (to so Poslovni sistem Mercator, d.d., Mercator – SVS, d.d., in Mercator – Goriška, d.d.), na 18 lokacijah, kjer je skupaj v uporabi 115.000 m² skladiščne površine in kjer je zaposlenih več kot 1.200 delavcev.

Zaradi različnih tehničnih, tehnoloških in prostorskih možnosti v logistični dejavnosti smo že v preteklih letih začeli izvajati aktivnosti za združevanje distribucijskih skladišč; aktivnosti pa so se nadaljevale tudi v letu 2005, pri čemer lahko izpostavimo naslednje ključne aktivnosti:

- priprava informacijskih podatkovnih podlag za pripravo idejnih zasnov ter izbira ponudnikov za izvedbo centralnega distribucijskega centra v Želodniku;
- s 1. 1. 2005 je bil izveden prenos logistične dejavnosti družbe Mercator – Dolenjske, d.d.; sredstva in zaposleni so prešli v upravljanje sektorja logistika na centralni logistični lokaciji v Ljubljani;
- v skladiščih v Naklem se je dodatno zgradilo in opremilo 1.000 m² skladiščnih površin za potrebe divizije Intersport ter dokončno uredilo in opremilo skladišče za Hura! diskonte;
- zaključeno je bilo preurejanje objektov na lokaciji Slovenčeve 19 v Ljubljani, s katerim se je izboljšala tehnična in prostorska izkoriščenost površin na skladiščno distribucijski lokaciji v Ljubljani.

V juliju 2005 smo preselili distribucijo za divizijo Intersport iz Škofje Loke v Naklo. Do konca leta 2005 načrtujemo nadaljevati s pripravami za izgradnjo logističnega centra v Želodniku; v okviru tega sodelujemo z izbranimi izdelovalci idejnih zasnov pri njihovi pripravi in izbiri najprimernejše variante, prav tako sodelujemo tudi z upravnimi organi pri urbanističnem urejanju lokacije v Želodniku. Nadaljevati nameravamo tudi z ureditvijo distribucije iz družbe Mercator – Dolenjska, d.d., na lokacijo Slovenčeve v Ljubljani in družbo Mercator – SVS, d.d., ter aktivnostmi prevzema logistične dejavnosti družbe Mercator – Goriška, d.d.

NALOŽBE

V Skupini Mercator smo v prvem polletju leta 2005 investirali skupaj 22.780 mio SIT, od tega v osnovna sredstva 21.371 mio SIT, v dolgoročne finančne naložbe pa 1.409 mio SIT.

NALOŽBE V OSNOVNA SREDSTVA

Skupina Mercator

V prvem polletju leta 2005 smo v Skupini Mercator izvedli naložbe v osnovna sredstva v vrednosti 21.371 mio SIT, od tega 14.272 mio SIT (66,8 %) v naložbe na novih trgih. 84,5 % oziroma 18.057 mio SIT vseh naložb Skupine Mercator v osnovna sredstva predstavlja gradnja Mercatorjevih nakupovalnih centrov, od česar se 5.254 mio SIT nanaša na prevzem finančnega najema za Mercatorjev center v Osijeku, ki je bil odprt konec leta 2004, 5.357 mio SIT pa se nanaša na prevzem finančnega najema za Mercatorjev center v Zadru, ki je bil odprt marca 2005.

Vrsta naložb v osnovna sredstva	Konsolidirana vrednost (v tisoč SIT)	Struktura (v %)
Mercator Centri in hipermarketi	18.056.583	84,5%
- doma	4.123.114	19,3%
- na novih trgih	13.933.469	65,2%
Prodajalne z market programom in Hura! diskonti	770.071	3,6%
Prodajalne z nemarket programom	0	0,0%
Nove prodajne kapacitete	18.826.654	88,1%
Naložbe v distribucijske centre in C&C	502.099	2,3%
Prenove in ostalo	1.309.544	6,1%
Skupaj naložbe v trgovski dejavnosti	20.638.296	96,6%
- od tega naložbe doma	6.413.617	30,0%
- od tega naložbe na novih trgih	14.224.679	66,6%
Skupaj naložbe v netrgovski dejavnosti	733.054	3,4%
- od tega naložbe doma	685.251	3,2%
- od tega naložbe na novih trgih	47.803	0,2%
Skupaj	21.371.350	100,0%

Med večje pridobitve naložbenih aktivnosti prvega polletja leta 2005 sodijo:

▪ **v Sloveniji:**

- otvoritev Trgovskega Centra Ajdovščina (7.513 m² skupne površine);
- nakup novih lokacij in nepremičnin za gradnjo in širitev nakupovalnih centrov (TC Škofja Loka, TC Lesce, razširitev TC Grosuplje, razširitev MC Maribor) in novih supermarketov (v garažni hiši Šarabon, v Dobrovi, v Radljah), poleg tega je odprt avans za TC Poljanska v višini 937 mio SIT, ki ni zajet v pregledu investicij;
- 3 Hura! diskonti na skupni površini 2.190 m², in sicer v Novem mestu, Šempetru v Savinjski dolini, Gornji Radgoni. Vsi trije Hura! diskonti so rezultat preureditve in prenove obstoječih prodajaln market programa;
- nova samopostrežna prodajalna na Hribu na Vrhniki.

▪ **na Hrvaškem:**

- otvoritev Mercatorjevega centra v Zadru (12.738 m² skupne površine).

▪ **v Srbiji in Črni gori:**

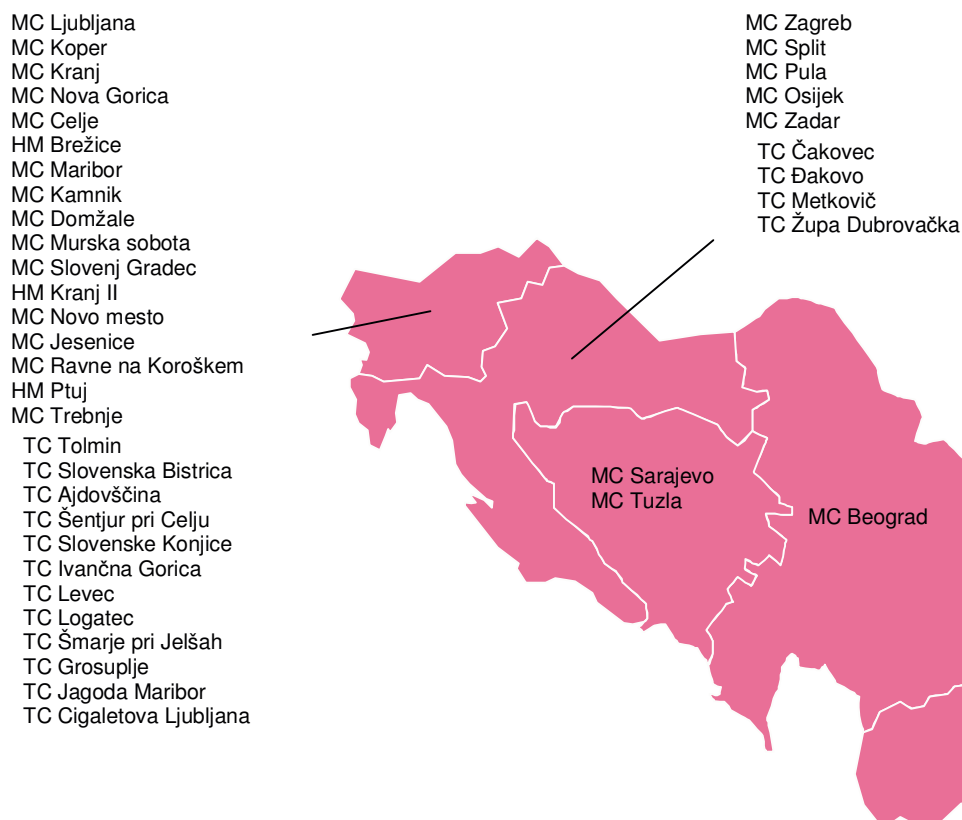
- začetek gradnje Mercatorjevega centra v Čačku ter nakup lokacije za izgradnjo Mercatorjevega centra v Nišu.

▪ **v Bosni in Hercegovini:**

- nakup lokacije in začetek gradnje Trgovskega centra Dobrinja.

Na vseh trgih tako deluje 25 Mercator Centrov in 16 Trgovskih Centrov.

Lokacije Mercatorjevih centrov in trgovskih centrov v Sloveniji in na novih trgih 30. 6. 2005



Posodabljali in prenavljali smo tudi sedanjo trgovsko mrežo in poleg manjših prenov odprli 5 popolnoma prenovljenih prodajaln (supermarket v TC Vrhnika, VSU Mislinja, Market Lovrenc, supereto v blagovnici Tezno Maribor, VSU Branik) in izvajali tudi druge posege za potrebe distribucijskih centrov in bodočih otvoritev.

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2005 izvedla dezinvesticije poslovno nepotrebnih sredstev in pri tem konsolidirano iztržila 1.038 mio SIT.

Poslovni sistem Mercator, d.d.

V prvem polletju leta 2005 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., izvedla naložbe v osnovna sredstva v višini 4.346 mio SIT, od tega 1.494 mio SIT v nakupovalne centre. Preostale naložbe pomenijo predvsem nakup maloprodajnih enot in drugih nepremičnin odvisnih družb (Živila Kranj, d.d., Alpkomerc Tolmin, d.d.), nove Hura! diskonte, prenove maloprodajnih enot in ostale nakupe trgovske, skladiščne in transportne opreme za potrebe maloprodaje in distribucije blaga.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v obdobju 1-6 2005 izvedla dezinvesticije poslovno nepotrebnih sredstev in pri tem iztržila 369 mio SIT.

NALOŽBE V DOLGOROČNE FINANČNE NALOŽBE

Skupina Mercator je v prvem polletju leta 2005 izvedla naložbe v dolgoročne finančne naložbe v skupni vrednosti 1.409 mio SIT, od tega je 1.197 mio SIT porabila za nakup dodatnega lastniškega deleža družb Alpkomerc Tolmin, d.d., Emona Maximarket, d.d., in Živila Kranj, d.d., 205 mio SIT za nakup deleža v zavarovalnici Triglav, d.d., preostalih 7 mio SIT pa se nanaša predvsem na nakup različnih vrednostnih papirjev.

Z dezinvestiranjem dolgoročnih finančnih naložb je skupina v prvem polletju 2005 iztržila 48 mio SIT, predvsem z odprodajo delnic Slovenske odškodninske družbe, d.d.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v prvem polletju leta 2005 investirala v dolgoročne finančne naložbe 9.184 mio SIT, od tega 7.987 mio SIT v dokapitalizacijo družb na novih trgih, 1.197 mio SIT pa v nakup dodatnega lastniškega deleža družb Alpkomerc Tolmin, d.d., Emona Maximarket, d.d., ter Živila Kranj, d.d.

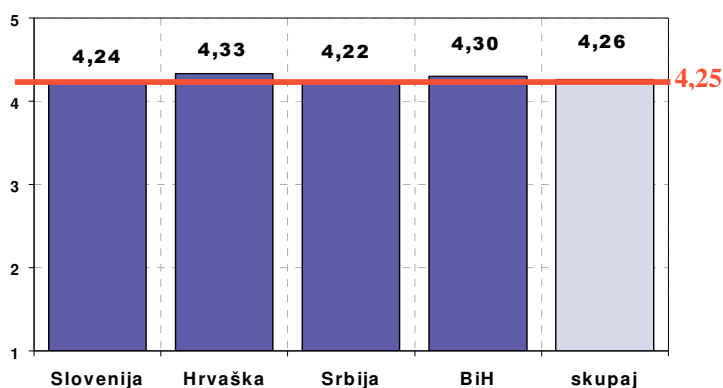
Z dezinvestiranjem dolgoročnih finančnih naložb je družba v prvem polletju leta 2005 iztržila 5 mio SIT.

RAZVOJ TRŽENJA

Zadovoljstvo Mercatorjevih kupcev

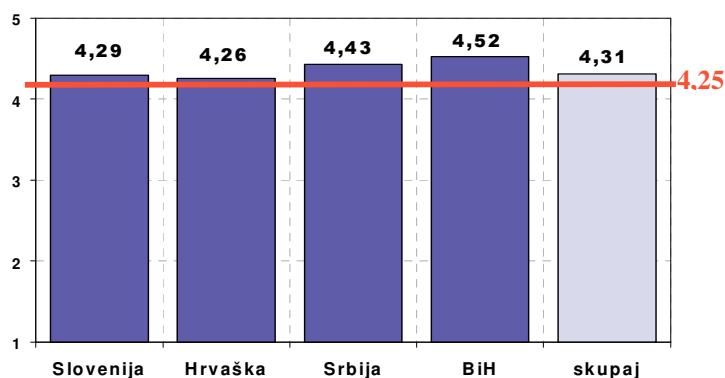
V skladu s poslanstvom Skupine Mercator, katerega jedro je zadovoljstvo ljudi, ki stopajo v stik z Mercatorjem, redno in ažurno spremljamo zadovoljstvo kupcev s posameznimi elementi ponudbe in storitve v naših prodajalnah. Raziskava o zadovoljstvu kupcev, narejena v prvi polovici leta 2005 kaže, da so Mercatorjevi kupci na vseh trgih našega delovanja zadovoljni.

Povprečna stopnja zadovoljstva za vse programe skupaj – ločeno po državah



Postavljeno ciljno vrednost stopnje zadovoljstva (4,25) na vseh trgih skupaj rahlo presegamo.

Povprečna stopnja zadovoljstva za market program (povprečna ocena skupaj za prodajalne tipa hipermarket, supermarket in superete) – ločeno po državah



Opomba: Stopnjo zadovoljstva so kupci ocenjevali z ocenami od 1 do 5, kjer je ocena 1 pomenila, da kupec sploh ni zadovoljen, ocena 5 pa, da je kupec zelo zadovoljen. V primeru Srbije in BiH so v market program vključeni le hipermarketi.

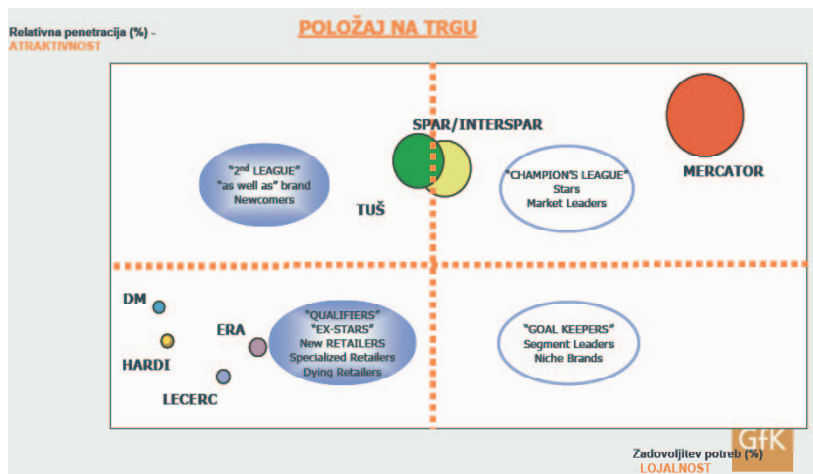
Vir: CATI, 2005

V primeru market programa presegamo postavljeno ciljno vrednost tudi na vsakem posameznem trgu delovanja.

Mercator v primerjavi s konkurenčnimi trgovci

V nadaljevanju prikazujemo izsledke dveh raziskav, ki sta jih na slovenskem trgu v letu 2004 izvedli tržno raziskovalni agenciji GfK Gral Iteo in AC Nielsen. V **prvi** je prikazan položaj Mercatorja, če proučujemo **dejavnika atraktivnosti in stopnje zadovoljitve potreb kupcev**, v **drugi** pa prikazujemo položaj Mercatorja, v kolikor opazujemo **indeks vrednosti blagovne znamke posameznega trgovca**, pri čemer indeks vrednosti blagovne znamke sestavljajo dejavniki priročnosti, kakovosti in cene.

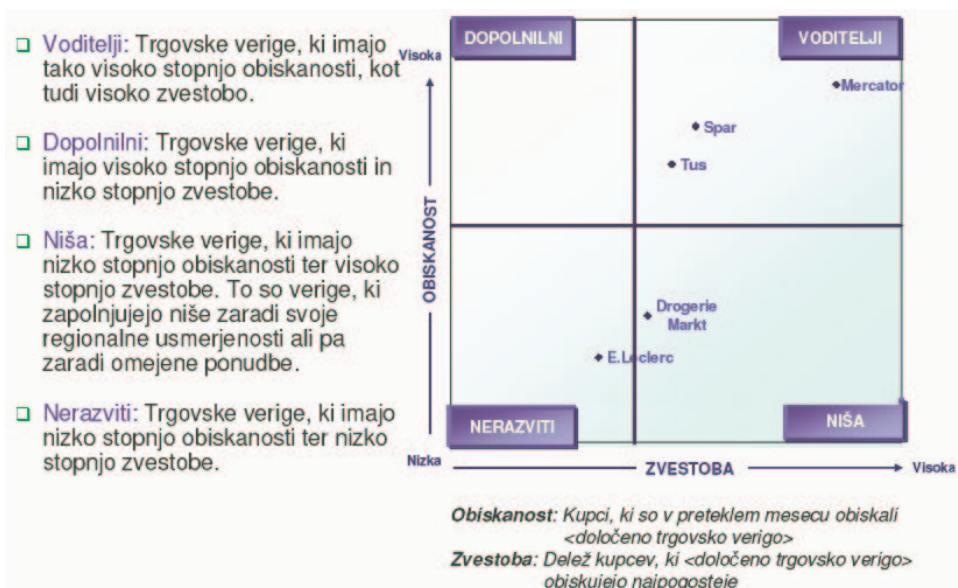
Po prvi raziskavi je Mercator v očeh kupcev na slovenskem trgu največji in najmočnejši trgovec v primeru dejavnikov atraktivnosti posameznega trgovca in stopnje, do katere posamezen trgovec zadovoljuje potrebe kupcev:



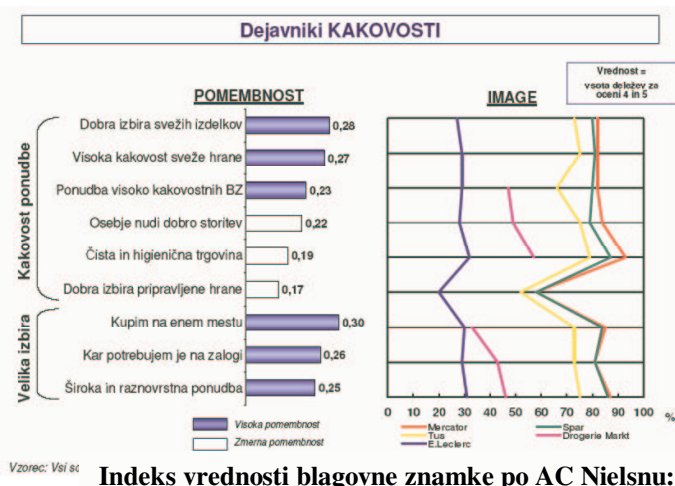
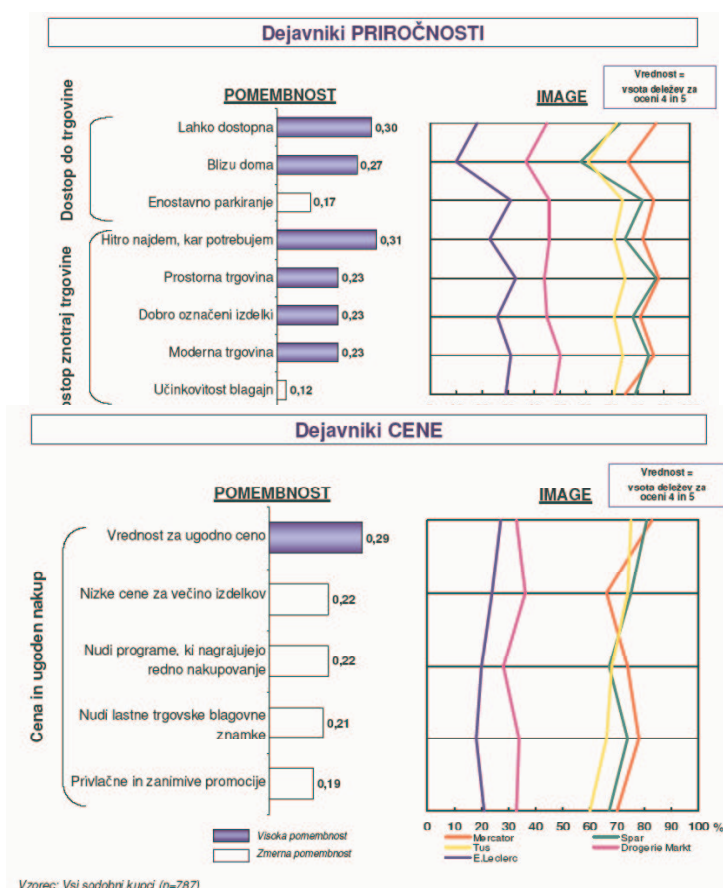
Vir: Gf7Kk, Panel gospodinjev, 2004.

V okviru raziskave Nakupne navade, ki jo izvaja agencija AC Nielsen so preučevali tudi **indeks 'Store Equity' oziroma indeks vrednosti blagovne znamke posameznega trgovca**, ki je odvisen od naslednjih dejavnikov:

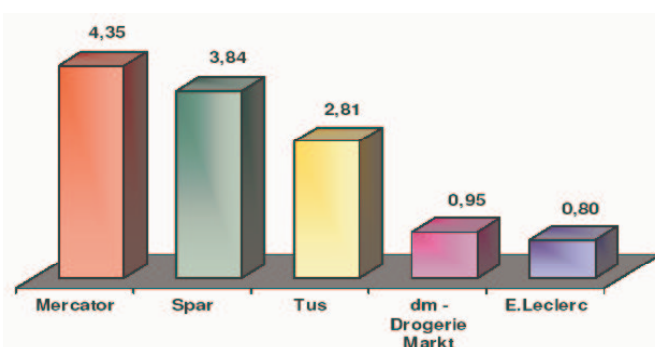
- ★ poznavanja trgovine,
- ★ pripravljenost na nakupovanje v izbrani trgovini,
- ★ priročnosti (dostop do trgovine in dostop znotraj trgovine),
- ★ cen in ugodnega nakupa,
- ★ kakovosti (kakovost ponudbe in velika izbira).



V nadaljevanju prikazujemo, kako nas kupci na trgu sprejemajo glede na posamezne dejavnike, ki **oblikujejo indeks vrednosti blagovne znamke posameznega trgovca (priročnost, cena in kakovost)** → dejavnike je oblikovala raziskovalna agencija AC Nielsen:



Indeks vrednosti blagovne znamke po AC Nielsen:



Iz odgovorov kupcev ugotavljamo, da ima na trgu najmočnejši položaj Mercator, sledita pa mu Spar in Tuš.

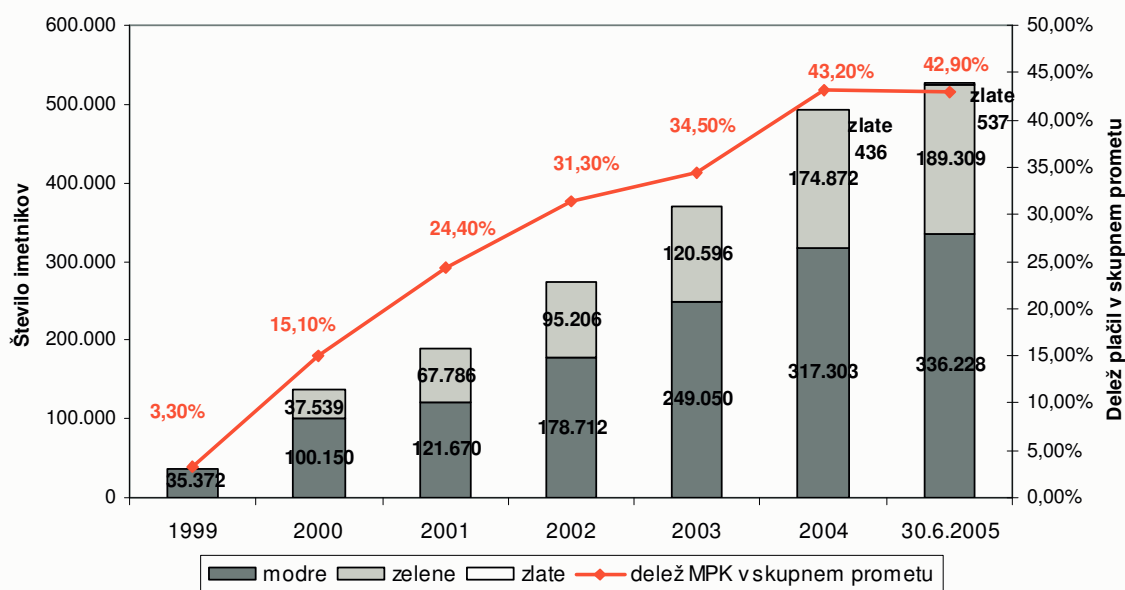
Na novih trgih je Mercator na podlagi različnih raziskav, ki so jih izvajale neodvisne raziskovalne institucije, prejel naslednja priznanja:

- **na Hrvaškem** je bil Mercator v obdobju marec – junij 2005 v okviru Hendlave raziskave, kjer med kupci največjih trgovskih verig na trgu mesečno izvajajo raziskavo zadovoljstva z različnimi dejavniki ponudbe in storitve, **prepoznan kot najugodnejši trgovec, pri katerem najraje nakupujejo**. V primeru teh dejavnikov je bila Mercatorjeva povprečna ocena zadovoljstva v ocenjevanem obdobju v letu 2005 4,2, medtem ko je bila ocena v letu 2004 4,0.
- **na srbskem trgu** smo v letih 2003, 2004 in 2005 v okviru projekta 'Budi dobar i pokaži to drugima', ki ga organizira Poslovna šola za odnose z javnostmi, **prejeli priznanje za najboljše komuniciranje z javnostmi**.
- **v Bosni in Hercegovini** smo v letu 2001 prejeli priznanje 'Zlatna medalja za kвалitet', ki ga podeljuje Turistična zveza, **za osvojeno 1. mesto v kategoriji hipermarketov**.

Razvoj programa zvestobe – kartice Mercator Pika

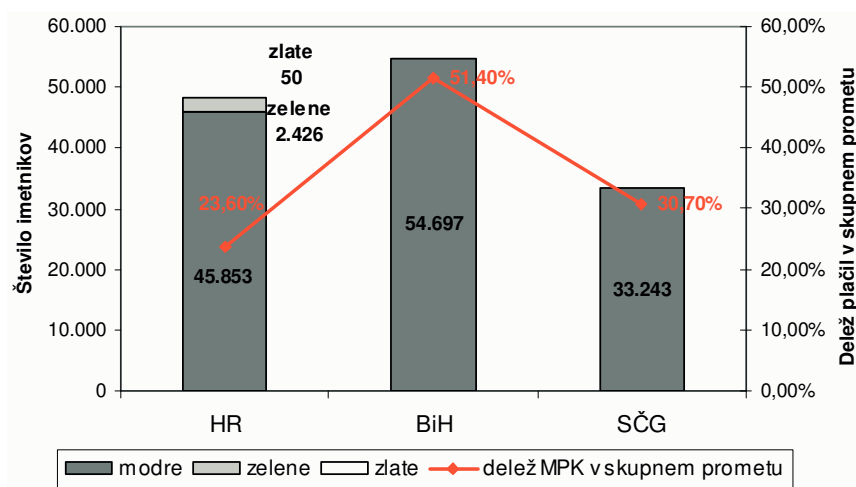
Na dan 30. 6. 2005 smo imeli v Sloveniji 526.074 imetnikov kartic Mercator Pika – med njimi 336.228 imetnikov modrih, 189.309 imetnikov zelenih in 537 imetnikov zlatih Pika kartic. Na Hrvaškem je bilo na ta dan 48.329 imetnikov Pika kartice - od tega je bilo 45.853 imetnikov modre kartice, 2.426 zelene kartice in 50 imetnikov zlate kartice (zelena in zlata kartica sta bili na trg vpeljani 1. 2. 2005), v Srbiji in Črni gori 33.243 ter v Bosni in Hercegovini 54.697 imetnikov Pika kartice. **Na vseh trgih skupaj je tako že 662.343 imetnikov Mercatorjeve Pika kartice**. Od začetka leta 2005 do konca junija 2005 se je število imetnikov kartic povečalo za 41.044. K temu so pripomogle predvsem povečane marketinške aktivnosti na področju Pika kartice ter uvedba plačilno - kreditne kartice na hrvaškem trgu.

Število imetnikov kartice Mercator Pika in delež plačil v skupnem prometu na slovenskem trgu od leta 1998 do 30. 6. 2005



Opomba: Obdobje do 30. 6. 2005 ne vključuje zaključnega meseca (julij) bonitetnega obdobja, v katerem se opravi največ nakupov s kartico Pika. Zato je delež plačil v skupnem prometu v tem obdobju rahlo podcenjen.

Število imetnikov kartice Mercator Pika in delež plačil v skupnem prometu na novih trgih na dan 30. 6. 2005



Število imetnikov MPK	Modra MPK	Zelena MPK	Zlata MPK	Skupaj po trgih
Slovenija	336.228	189.309	537	526.074
Hrvaška	45.853	2.426	50	48.329
SČG	54.697	-	-	54.697
BiH	33.243	-	-	33.243
Skupaj po vrsti kartice	470.021	191.735	587	662.343

Aktivnosti, ki smo jih v prvem polletju 2005 izvedli na področju ustvarjanja odnosov s kupci:

V prvem polletju leta 2005 **sta v sistem kartice Mercator Pika vstopili družbi Emona Maximarket, d.d., in Mobitel, d.d., od 1. 9. 2005 dalje pa predvideno tudi družba Petrol.** V cilju zagotavljanja enotnega in transparentnega sistema na vseh trgih, je plačilno - kreditna kartica postala mednarodna, saj smo njeno uporabnost s 1. 2. 2005 razširili na hrvaški trg, s 1. 8. 2005 pa bo zelena kartica uporabna tudi v Bosni in Hercegovini ter Srbiji in Črni gori. Razvijamo pa tudi bonitetni sistem v povezavi s Pika kartico v Hura! diskontih.

Pospeševanje prodaje imetnikom kartice Mercator Pike, **ki poteka pod sloganom S Piko se spleča**, je od aprila 2005 dalje potekalo v okviru rednih in hipermarket letakov Mercatorja, kjer smo mesečno ponudili od 6 do 8 izdelkov iz market programa z do 50 % popustom.



S partnerji v sistemu kartice Mercator Pika (Eta, AC Intercar, Dnevnik, DZS, Kompas, Telekom, Intersport, Mobitel, Trgoavto) **smo v prvem polletju leta 2005 izvedli kar 34 pospeševalno prodajnih akcij v okviru Posebnih Pikinih popustov**, ki smo jih oglaševali preko rednega mesečnega obvestila za imetnike plačilno – kreditne Pika kartice, v edicijah Mercatorja in na spletni strani, najbolj udarne ponudbe pa tudi v eksternih medijih.

V mesecu marcu 2005 smo oblikovali novo celostno grafično podobo (nova zloženka, vizualije, oglasi, promocijski materiali) Mercator Pika kartice in v maju in juliju 2005 izvedli vseslovensko oglaševalsko kampanjo (billboardi, tiskani mediji, TV spot) kartice Mercator Pika. Kampanja je sočasno potekala tudi na Hrvaškem.

Določena so bila pravila za pridobitev zlate kartice in vsem kupcem, ki izpolnjujejo zahtevane kriterije, smo poslali povabilo za pridobitev zlate Mercator Pika kartice.

V prvem polletju 2005 so bile v 56-ih prodajalnah, ki so v prvem polletju praznovala rojstni dan v sklopu praznovanja vsem kupcem – imetnikom Pika kartice **podeljene dvojne pike**.



Razvoj linij trgovske znamke Mercator

Razvoj linij trgovske znamke Mercator in projekta '5 na dan' je odgovor na spreminjajoče se prehranjevalne navade kupcev in sodoben življenjski slog. Največ pozornosti zato namenjamo razvoju dveh najmlajših linij – Zdravo življenje in Mizica, pogrni se! ter razvoju linije izdelkov za otroke Lumpi.

Naš cilj je z izdelki lastne blagovne znamke pokriti celotno nakupovalno košarico kupcev.

V okviru **linije pripravljenih izdelkov 'Mizica, pogrni se!'** je bilo konec junija 2005 na prodajnih policah **80 izdelkov**. V maju smo izdali serijo tiskanih oglasov in pripravili degustacije z izdelki te linije na prodajnih mestih.



Linija izdelkov 'Zdravo življenje' je v juniju 2005 vključevala **70 izdelkov**. V februarju je potekala večja oglaševalska akcija, cilj katere je bil spodbuditi nov nakup in prepričati javnost, da linija vključuje kvalitetne in preverjene izdelke, ki jih potrjuje ZZV Kranj. V sodelovanju z vsemi Zavodi za zdravstveno varstvo so po celotni Sloveniji potekale kuharske delavnice z izdelki linije Zdravo življenje. Linijo smo oglaševali na televiziji (nova serija oglasov), v tiskanih medijih, pripravili novinarsko konferenco, letak z akcijskim znižanjem cen, oglaševali na prodajnem mestu, pripravili degustacije, izdelali knjižico receptov, oglaševali na plakatih v zdravstvenih domovih ipd.



V **linijo Lumpi** je bilo konec junija 2005 vključenih skupaj že **219 izdelkov**. V januarju smo pripravili serijo tiskanih oglasov v Cicibanu in Cicidoju, novo risanko s poučno zgodbo o čiščenju zob pred spanjem, v maju pa smo produktno oglaševali nove izdelke te linije – kozmetiko za zaščito pred soncem.



Poleg zgoraj omenjenih linij vključuje trgovska znamka Mercator še tri linije:

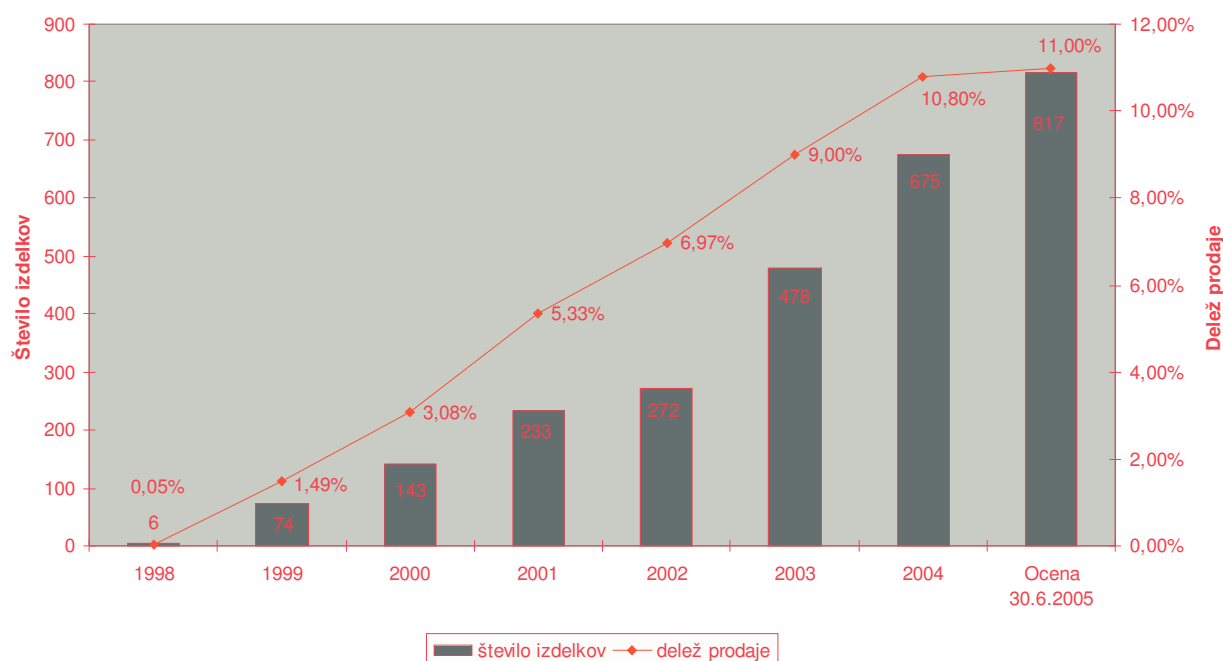
- skupino **generičnih izdelkov** s skupno **245 izdelki**,
- linijo tekstilnih izdelkov - **M Linija** s skupno **152 izdelki** in
- linijo izdelkov za osebno nego - **Popolna nega** s skupno **51 izdelki**.



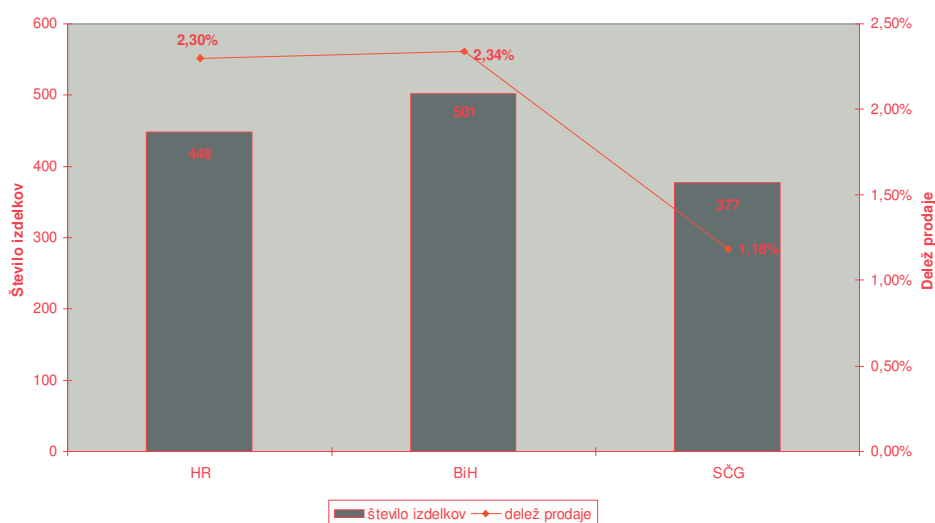
Trgovska znamka Mercator je tako na dan 30. 6. 2005 vključevala skupno 817 izdelkov (ob upoštevanju različnih okusov, barv, velikosti in vonjev), od tega smo v prvem polletju leta 2005 razvili 142 novih.

Izdelke trgovske znamke Mercator razvijamo na vseh trgih Mercatorjevega delovanja. Na **Hrvaškem** je bilo v trgovsko znamko Mercator na dan 30. 6. 2005 vključenih **448 izdelkov**, v **Srbiji in Črni gori** **377 izdelkov** ter v **Bosni in Hercegovini** **501 izdelkov**.

Rast števila izdelkov in delež prodaje izdelkov trgovske znamke Mercator v skupni prodaji izdelkov v Sloveniji od leta 1998 do 30. 6. 2005

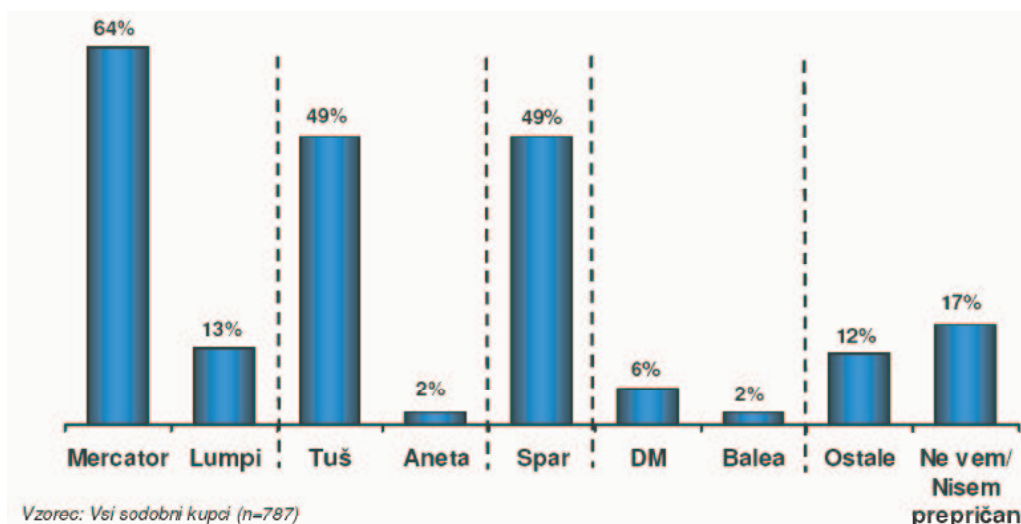


Število izdelkov in delež prodaje izdelkov trgovske znamke Mercator v skupni prodaji na novih trgih na dan 30. 6. 2005

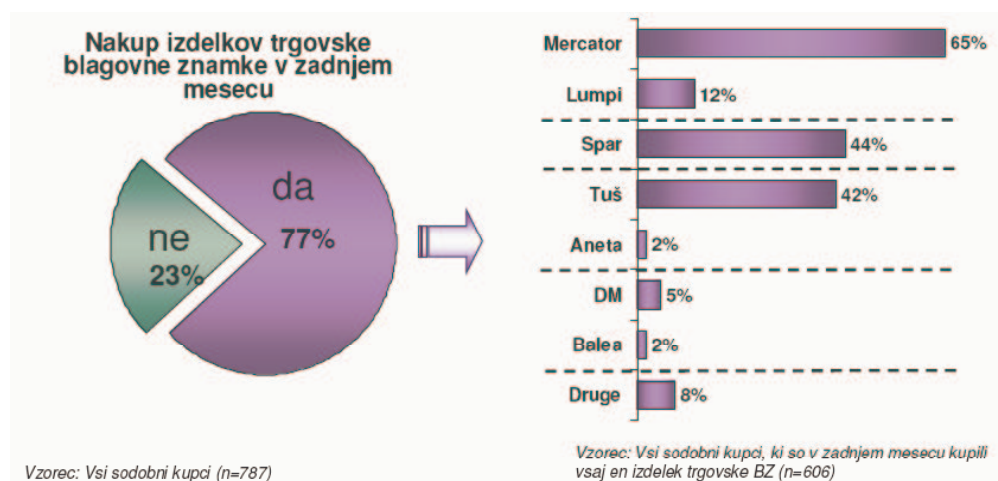


V sklopu raziskave Nakupne navade v Sloveniji, ki jo je izvajala agencija AC Nielsen, so kupci odgovarjali tudi na vprašanje glede nakupa izdelkov trgovske znamke.

Kupci so najprej spontano priklicali trgovske blagovne znamke na slovenskem trgu. Spontan priklic je visok, saj je kar 80 % slovenskih kupcev navedlo vsaj eno trgovsko blagovno znamko. **Pri tem je največ anketiranih (77 %) spontano navedlo trgovsko znamko Mercator:**



V nadaljevanju raziskave so kupci odgovarjali o pogostosti nakupov izdelkov trgovske blagovne znamke in ugotavljamo, da je v zadnjem mesecu izdelek trgovske blagovne znamke kupilo več kot 75 % slovenskih kupcev. Najpogostejše nakupljena trgovska blagovna znamka je bila Mercatorjeva.



V okviru projekta '**Pet na dan**' smo v mesecu januar izvedli produktno oglaševanje na jumbo plakatih in televiziji, izboljšali opremljenost prodajnega mesta sadje in zelenjava, kjer predstavljamo projekt, ter pripravili degustacije eksotičnega sadja in nagradno igro za otroke: Lov na zaklad. V aprilu smo kot sponzor pristopili k natečaju za izbor voditelja na novi televiziji MTV Adria, ki bo začela z oddajanjem septembra. Bili smo tudi sponzor določenih »partyjev« na območju Slovenije, Hrvaške in BIH. Oglaševanje je potekalo v tiskanih medijih,

na jumbo plakatih, radiu, na televizijskem programu MTV Europe. **Glavni cilj projekta je bil spodbuditi povečanje uživanja sadja in zelenjave med mladimi.**



Razvoj projektov pospeševanja prodaje

V nadaljevanju prikazujemo temeljne usmeritve, dogajanja in novosti na področju projektov pospeševanja prodaje v prvem polletju leta 2005 za market program Mercatorja in specializirane divizije v Sloveniji in na novih trgih.

TEMELJNE USMERITVE

Oblikovanje projektov pospeševanja prodaje v prvi polovici leta 2005 je sledilo ciljem, postavljenim v Srednjeročnem gospodarskem načrtu 2005 – 2008, in sicer tistim, katere lahko dosežemo neposredno z izvajanjem aktivnosti pospeševanja prodaje:

- ⇒ biti najboljši ponudnik svežega programa in zdravih, visoko kakovostnih izdelkov po najkonkurenčnejših cenah;
- ⇒ biti trgovec, ki sledi spremenjenim nakupovalnim in prehranjevalnim navadam;
- ⇒ biti inovativen in atraktiven ponudnik sezonskih izdelkov in izdelkov iz programa neživila II;
- ⇒ uresničevati načelo »Mercator je na trgu ponudnik, ki ponuja največjo vrednost za denar«.

Skladno s temi cilji smo razvijali in nadgradili projekte pospeševanja prodaje, ki so se v letu 2004 pokazali kot uspešni in hkrati oblikovali sortiman in ponudbo posameznih prodajnih programov in divizij, ki v očeh kupca gradi percepcijo Mercatorja kot najbolj inovativnega, trendovskega, najboljšega in najugodnejšega ponudnika na posameznem trgu Mercatorjevega delovanja.

MARKET PROGRAM

Pri oblikovanju vsebine pospeševalno prodajnih aktivnosti market programa smo še posebej veliko pozornost namenili izboru pravih akcijskih izdelkov in primernih cen. V ta namen smo:

- **spremenili cenovno politiko posameznih projektov pospeševanja prodaje v smislu zagotavljanja cenovno udarne akcijske ponudbe za kupca** (Brez dvoma najboljša cena do –50 % in več, povečanje deleža »super cen«, dodatna znižanja do –15 % na izdelke vključene v projekta Trajno nizke cene in Trgovska znamka);
- **vključevali blagovne skupine v projekte glede na pomen oziroma skladno s strateško vlogo, ki jo ima posamezna blagovna skupina v Mercatorju;**
- **upoštevali strateške usmeritve:**
 - biti vodilen ponudnik akcijskih izdelkov svežega programa,
 - biti vodilen, inovativen in prepoznaven ponudnik sezonske in druge impulzivne neživilske ponudbe.



Na področju market programa smo v letu 2005 začeli izdajati **ločena letaka za pospeševalno prodajne akcije v hipermarketih in ostalih prodajalnah market programa**, s čimer smo želeli ustvariti podobo Mercatorja kot najboljšega ponudnika na trgu. Vanj vključujemo vse Mercatorjeve cenovno ugodne projekte: Brez dvoma najboljša cena, Trajno nizke cene, Slovenska košarica, Trgovska znamka, dodatna tematika akcije, aktivnosti z dobavitelji in cenovne ugodnosti za imetnike kartice Mercator Pika. **Na tak način smo v obdobju od januarja do junija 2005 v Sloveniji izvedli 12 pospeševalno prodajnih akcij v hipermarketih in 12 v celi maloprodajni mreži ter na Hrvaškem 11.** Nabor akcijskih izdelkov v celi maloprodajni mreži Mercatorja (cca. 90 izdelkov) smo v hipermarketih še nadgradili (skupaj cca. 170 izdelkov). Skladno z velikostjo maloprodajne mreže **v Bosni in Hercegovini ter Srbiji in Črni gori je bilo realizirano 6 pospeševalno prodajnih akcij.**

Mercatorjev **cenovno najagresivnejši projekt Brez dvoma najboljša cena** smo vključili v akcijske letake rednih in hipermarket akcij in podprli s produktnim oglaševanjem z novo celostno podobo na vseh trgih Mercatorjevega delovanja. **Na posameznem trgu smo kupcem ponudili do 129 izdelkov tudi po do – 56 % nižjih cenah oziroma na način 1 + 2 izdelka brezplačno.**

Uredimo dom, Pomlad pri vas doma, Vse za naše malčke, Gremo na počitnice so tematike specializiranih sezonskih prodajno pospeševalnih aktivnosti, ki smo jih potrošnikom ponudili v Sloveniji in v nekoliko ožjem obsegu tudi na novih trgih. Zanje smo izdali posebne letake, medtem ko je posebna dodatna tematika (kot npr. vegetarijanska in posebna prehrana, mlečni napitki, zajtrk, otroška hrana, ...) postala »stalna rubrika« vsakega akcijskega letaka, v kateri vse izdelke kupcem ponujamo po »super cenah«.

Skladno z velikostjo trga in razširjenostjo maloprodajne mreže je bilo največ **aktivnosti z dobavitelji** izvedeno v Sloveniji, kjer je bilo s 54 različnimi dobavitelji izvedenih več kot

100 različnih aktivnosti (co-marketingi, humanitarne aktivnosti, izpostavitve blaga in druge izredne aktivnosti).

Slovenska oziroma nacionalna košarica je Mercatorjevim kupcem že znan projekt **podpore nacionalni proizvodnji**. Na dan 30. 6. 2005 je v projekt Slovenska košarica, ki poteka na vseh trgih Mercatorjevega delovanja, vključeno do 66 izdelkov slovenskih proizvajalcev na posameznem trgu, medtem ko nacionalno košarico na posameznem trgu sestavlja do 56 izdelkov nacionalne proizvodnje.



Za projekt **Trajno nizka cena** je v prvi polovici leta 2005 značilna predvsem širitev števila izdelkov v projektu, **segmentiranje** glede na velikost prodajaln in **širitev ponudbe** v hipermarketih na **nemarket program**, s čimer bomo nadaljevali tudi v drugi polovici leta. Število izdelkov smo uspešno širili na vseh trgih, tudi za več kot polovico:

- ⇒ v Sloveniji smo število izdelkov v tem projektu povečali iz 429 izdelkov (1. 1. 2005) na 662 (30. 6. 2005),
- ⇒ na Hrvaškem iz 122 na 188,
- ⇒ v Bosni in Hercegovini iz 133 na 188 ter
- ⇒ v Srbiji in Črni gori iz 203 na 246.

Najbolj atraktivne izdelke iz projekta Trajno nizka cena smo **vkjučevali v letake** rednih in hipermarket akcij. Cene teh izdelkov smo za čas akcije še dodatno znižali.

- 10% popust

Tudi v letu 2005 nadaljujemo s projektom **-10% popust**, v okviru katerega smo kupcem ob Dnevu Mercatorja, v nedeljo 19. junija 2005, v vseh prodajalnah Skupine Mercator ter v vseh prodajalnah v Mercator Centrih ponudili 10-odstotni popust na vse izdelke. Aktivnost bomo izvajali tudi v drugi polovici leta 2005.



TEHNIČNA DIVIZIJA MERCATOR

Razpoznavnost tehnične divizije Mercator smo pri kupcih skušali doseči z združeno akcijsko ponudbo vseh treh programskih sektorjev (Gradbeno instalacijski materiali, Pohištvo in oprema, Hišni aparati in zabavna elektronika) in za kupce v obdobju januar – junij 2005 oblikovali 4 pospeševalno prodajne akcije. Poleg tega smo v sodelovanju z dobavitelji predstavili specializirane programe bele tehnike in malih gospodinjskih aparatov in vsak mesec pripravili posebno pospeševalno prodajno akcijo za kupce, zaenkrat najbolj reprezentativne prodajalne, Mercator Center tehnike in gradnje v Črnučah.

DIVIZIJA INTERSPORT

Največjo pozornost smo pri oblikovanju pospeševalno prodajnih aktivnosti Intersporta, s ciljem postati vodilna trgovina z izdelki za šport na vseh trgih Mercatorjevega delovanja, namenili izbranim blagovnim znamkam Crazy Creek, McKinley, Nakamura, Genesis, katere smo kupcem predstavili v posebnih predstavitvenih katalogih. Poleg sezone razprodaje smo kupcem ponudili blagovno skupino obutve in tekstila v posebej pripravljeni akciji »Poletna vročica« in kupiš 2, dobiš 3.

TEKSTILNA DIVIZIJA

V želji postati vodilni in konkurenčni trgovec s tekstilnimi izdelki smo kupcem v prvi polovici leta 2005 v tekstilnih prodajalnah Mercatorja ponujali tematske pospeševalno prodajne akcije - gospodinjski dnevi, velikonočni popust oziroma popuste na določene blagovne skupine: kopalke, kopalne brisače, otroška konfekcija idr. ali izbrane blagovne znamke: Lisca, Beti idr. Posebne pospeševalno prodajne akcije smo izvajali tudi v posameznih prodajalnah ob priložnostnih otvoritvah in v novo oblikovanih prodajalnah Outlet. Najodmevnejša med aktivnostmi je bila v tem času akcija »Vezani nakupi«, kjer smo vsakemu kupcu, ki je v katerikoli prodajalni market programa Mercatorja opravil nakup nad 10.000 SIT, omogočili 10 % popust v prodajalnah Mercator Modne hiše.

BEAUTIQUE

Pospeševalno prodajne aktivnosti na prodajnih mestih Beautiqua so se v prvi polovici leta 2005 izvajale redno, njihovo število pa se po posameznih prodajalnah razlikuje skladno s sortimantom prodajalne. V tem času so kot oblika pospeševalno prodajne aktivnosti prevladovala darila ob nakupih, občasno pa smo kupcem ponudili izbrane izdelke po nižjih, atraktivnih cenah. O posebnih ponudbah in novostih zveste kupce obveščamo z direktno pošto, le-te pa še posebej nagrajujemo z darili ob nakupu po sistemu zbiranja žigov.

HURA! DISKONTI

Poleg aktivnosti ob otvoritvah novih diskontnih prodajaln Hura!, kjer smo kupcem ponujali:

- še posebej ugodne cene,
- »srečno blagajno« oziroma 50 % popust vrednosti nakupa naključnim kupcem,
- darila kot presenečenje,
- promocijska darila ob nakupu nad 5.000 SIT,

smo z lokalno distribucijo akcijskih letakov kupce opozarjali na izredno ugodne cene in v sodelovanju z dobavitelji izvajali promocije in degustacije izdelkov.

RAZVOJ INFORMACIJSKE PODPORE

V prvem polletju 2005 so bile aktivnosti na področju informatike osredotočene na implementacijo aplikacij, ki skozi kakovostno upravljanje in vodenje procesov podpirajo poslovno strategijo Mercatorja. Ključne aktivnosti so bile izvajane v okviru naslednjih projektov:

- enotna nabava, kjer je bilo v enotno nabavo na različnih nivojih vključenih 257 prodajaln,
- podatkovno skladišče, ki sedaj vključuje veleprodajo in maloprodajo v eni bazi. V podatkovno skladišče se sprotno vključuje prodajalne, ki so vključene v enotno nabavo,
- povezava POS sistemov prodajaln v finančno računovodski informacijski sistem,
- povezava POS sistemov prodajaln z bančnimi POS sistemi,
- povezava prodajaln v Mercatorjevo omrežje in v interni sporočilni sistem.

Potekale so tudi vzporedne aktivnosti na področju zamenjave in poenotenja verzije POS sistemov Mikropisa, zamenjave in poenotenja verzije POS sistemov za Tehnično verigo Mercator ter izločitev izvajalca POS sistemov KIN in poenotenje na verzijo Mikropisa. Za povezavo navzven, to je do naših dobaviteljev, smo razširili število dobaviteljev vključenih v RIP na 142.

Dokončan je tudi dokument »Politika varovanja podatkov in informacij«, ki bo skozi implementacijo te politike bistveno prispeval k zmanjšanju rizikov delovanja informacijskega sistema Mercatorja.

V okviru projekta Optimiranje organizacije Skupine Mercator smo izvajali racionalizacijo procesov in pripravljali izbor ERP sistema za prenovo informacijskega sistema Mercatorja.

Na novih trgih je potrebno posebej omeniti uvedbo Mercator Pike v kompletni funkcionalnosti v družbi Mercator – H, d.o.o., in uvedbo DDV v družbi Mercator – S, d.o.o.

RAZVOJ KAKOVOSTI POSLOVANJA

Delovanje kakovosti je usmerjeno v razvoj in vzdrževanje sistemov kakovosti, s katerimi želimo standardizirati poslovanje v Skupini Mercator in s tem poceniti in poenostaviti poslovne procese v Mercatorju in do Mercatorjevih poslovnih partnerjev. S preventivnim delovanjem interne kontrole želimo preprečiti neskladnosti blaga in izvajanje neskladnih poslovnih procesov.

Analiza stanja Skupine Mercator in primerjava s strateškimi skupinami trgovcev, ki smo jo izvedli skupaj z zunanjimi svetovalci AT Kearney, je pokazala, da imamo v Skupini Mercator velik potencial za izboljšavo produktivnosti dela. Zaradi ugotovljenega smo si zastavili cilj, da skozi program OPTSM - **Optimiranje organizacije Skupine Mercator**, oziroma njegove posamezne projektne naloge, **dosežemo večjo učinkovitost dela ob enaki ali večji kakovosti.**

Preurejanje poslovanja, ki ga izvajamo skozi program, temelji na standardizaciji, poenostavljanju in v določenih primerih centralizaciji dela. Pri tem ima pomembno vlogo prenova informacijske tehnologije, ki se ji v okviru programa še posebno posvečamo. Obseg dela izhaja iz 19 razpisanih projektnih nalog v okviru katerih smo od januarja do junija 2005, kot rezultat usmerjene analize poslovanja, definirali več kot 30 ukrepov. Zaradi izredne širine

programa in omejenih kapacitet, predvsem lastnih virov, smo v drugem kvartalu 2005 opredelili 10 prioriternih nalog, katerim smo v tem obdobju dali prednost:

- Prenova aplikacijskega okolja, izbor ERP. Pripravili in izvedli smo razpis, izdelali analizo ponudb in opravili referenčne ogleda ter začrtali natančne korake, s katerimi bomo prišli do ustreznih ocen obravnavanih variantnih rešitev bodočega celovitega informacijskega sistema Skupine Mercator.
- Dvig produktivnosti prodajalcev v testnih prodajalnah. Na osnovi opravljene analize so opredeljeni, potrjeni in v teku ukrepi, ki se trenutno izvajajo skladno s planom na testnih prodajalnah. Plan vključuje tudi širjenje ukrepa na vse prodajalne do konca leta 2005.
- Ukinitiv podvajanja podpore maloprodaje s pomočjo postopne centralizacije. Zaključuje se faza priprave centralizacije podpornih procesov maloprodaje v podporne funkcije družbe. V teku je tudi definiranje potrebnih delovnih mest in kadrovske zasedenosti. Naloga je zelo zahtevna, saj izrazito spreminja obstoječo organizacijo dela.
- Optimiranje zalog v testnih prodajalnah. Za zmanjšanje zalog market programa v Sloveniji je delovna skupina izvedla pilot projekt na sedmih izbranih blagovnih skupinah. Na osnovi pilotnega projekta, ki se odvija na 54 poslovalnicah predvidevamo 0,6 mio EUR prihranka.
- Izvedba ukrepov v testnih prodajalnah market programa v družbi Mercator – H, d.o.o. Na osnovi pripravljenih ukrepov v Sloveniji in analize stanja istovrstne problematike na Hrvaškem je pripravljen plan vpeljave ukrepov v družbi Mercator – H, d.o.o. Plan vključuje naloge iz naslova dviga produktivnosti prodajalcev, optimizacije zalog, racionalizacije podpornih procesov, centralizacije razpisov storitev in materiala ter optimiranja skladiščenja in transporta. Predviden zaključek ukrepa je konec leta 2005.
- Integracija podpornih funkcij Modne hiše, Maximarketa in ostalih divizij na osnovi nove organizacije divizij in podpornih funkcij. Pripravljen in potrjen je bil Pravilnik o pooblastilih in odgovornostih v poslovanju divizij v trgovskih družbah Skupine Mercator, zaključuje se usklajevanje organizacijskih struktur divizij ter organiziranost divizij v družbah na novih trgih. Sprejet je novi koncept podpore poslovanju, ki bo dokončno potrjen s strani divizij in podpornih funkcij, ko bo zaključeno vzpostavljanje podpornih funkcij za maloprodajo market.
- Prednostni IT projekti za podporo komerciali. Imenovan je novi vodja projekta Enotna nabava, pripravlja se primopredaja projekta, poteka nadgradnja rešitev vezanih na podatkovno skladišče, analizira se poslovanje iz naslova elektronske izmenjave dokumentov z dobavitelji in kupci.
- Optimizacija procesov med področji financ, računovodstva in komerciala. Optimizacijo smo izvajali skozi definiranje, pripravo in izvedbo hitrih ukrepov med katerimi so nekateri že zaključeni in so že prispevali svoj delež prihrankov, ter skozi analizo in načrtovanje obsežnejših ukrepov, ki so povezani s prenovo informacijskih rešitev. Ukrepe smo razširili na odvisne družbe. Vključeni smo bili v pripravo in oblikovanje tekstilne divizije in izvajanje ukrepov v logistiki in maloprodaji market.
- Uvedba procesa sklepanja pogodb lastne porabe. Pripravljen in vzpostavljen je sistem sklepanja centralnih pogodb za informacijsko opremo, v teku je priprava informacijsko podprtega Ekonomata v okviru Lastne porabe in Logistike ter mnoge druge naloge.
- Optimiranje frekvenc dostav. Potekal je izbor dobavitelja programske rešitve, ki je sedaj v fazi postavitve pilota z dvema ponudnikoma rešitev. Do konca jeseni bo sprejeta končna odločitev o izbiri ustreznega produkta.

Mercatorjevi standardi so merilo uspešnosti v poslovni javnosti. Kakovost storitve nas postavlja pred konkurenco. Dejstvo je, da se kakovosti ne da kupiti, ampak se jo lahko le

izgradi, zato sistematično beležimo izkušnje in dobro prakso, odpravljamo neskladnosti in uvajamo izboljšave, ki pomenijo nižanje stroškov ali večajo vrednost za kupce. Zbirka Mercator standardi nam omogoča sistematično obvladovanje zahtev in dobre prakse ter tako učinkovito upravljanje z znanjem, ki mora biti enostavno dostopno za vse zaposlene v Skupini Mercator. Izdelali smo **ново informacijsko podporo zbirki Mercator standardi**, ki omogoča enostavno obvladovanje dokumentov in ker deluje v spletnem okolju je praktično dosegljiva vsakemu zaposlenemu. Zbirka testno že deluje v matični družbi, polna uporaba aplikacije v celotni Skupini Mercator pa bo izvedena jeseni letos.

Vzpostavili smo **maloprodajne regije** in preoblikovali organiziranost maloprodaje s ciljem zmanjšanja organizacijskih nivojev, izboljšanja komunikacije in stroškovne učinkovitosti. Izdelali smo navodilo in **standarde za določanje minimalnega in ciljnega števila izvajalcev v poslovalnicah**. Na podlagi navodila se sedaj za posamezne poslovalnice glede na tip, velikost prodajnega prostora, vrste tehnologije in obratovalnega časa, določa minimalno število zaposlenih.

Izdelali smo Pravilnik o pooblastilih in odgovornostih v poslovanju divizij v trgovskih družbah Skupine Mercator, na podlagi katerega vzpostavljamo novo **organiziranost divizij**, ki bo omogočala učinkovitejše upravljanje divizij na nivoju celotne Skupine Mercator.

Svojo zavezanost k poslovni odličnosti smo potrdili tudi z odločitvijo, da sodelujemo na tekmovanju za **Priznanje Republike Slovenije za Poslovno odličnost**. V okviru projekta smo izvedli proces samoocenjevanja na podlagi katerega smo določili priložnosti za izboljšave in jih realizirali skozi sistem korektivnih ukrepov. Izdelali smo vlogo za tekmovanje za priznanje Republike Slovenije za Poslovno odličnost 2005. Pričakujemo uvrstitev med finaliste tekmovanja in obisk ocenjevalne skupine letos v septembru.

Poslovanje Mercatorja obvladujemo skladno z mednarodnim standardom ISO 9001, ki smo ga uvedli že v vse trgovske družbe Skupine Mercator razen v Mercator - S, d.o.o., kjer je projekt v teku.

Poleg standarda ISO 9001, ki je splošen standard vodenja kakovosti, spremljamo tudi ostale standarde, ki se osredotočajo na posamezna ožja področja. Trenutno so aktualni predvsem standardi ISO 22000 Zagotavljanje varne hrane, ki ga vsebinsko obvladujemo v sektorju Kakovosti. Aktivno smo sodelovali pri pripravi **Smernic dobrih higienskih navad na načelih sistema HACCP v trgovinski dejavnosti** v okviru GZS Združenja za trgovino in projekta Phare. Smernice bodo na voljo septembra 2005, ko bodo potekala tudi usposabljanja za trgovce. Spremljamo tudi uporabo standardov ISO 17799 Varnost informacijskih sistemov, ki ga vsebinsko obvladujejo v sektorju Organizacije in informatike in ISO 14001 Sistemi ravnanja z okoljem, ki ga vsebinsko uporabljajo v okviru sektorja Lastna poraba.

V okviru **aktivnosti interne kontrole** ažurno spremljamo zakonske predpise in spremembe v Uradnem listu RS, ki se nanašajo na procese pretoka blaga in storitev v trgovini in o tem obveščamo vodilne delavce. Skladno s planom izvajamo redne interne kontrole in izredne kontrole na pobudo vodilnih delavcev. Analize inšpekcijskega nadzora kažejo, da je največ listin izdal Zdravstveni inšpektorat in da so denarne kazni v porastu. Permanentno izvajamo izobraževanja za izvajanje obvezujoče zakonodaje in Mercatorjevih standardov ter izvajanje sistema HACCP in DHP.

Kakovost poslovanja zahteva izvajanje rednih nalog, med katere sodijo ažurno obvladovanje dokumentov (Mercator standardi) in zapisov sistema vodenja kakovosti, obvladovanje

procesa neskladnosti, priporočil in pohval (NPP) ter korektivnih in preventivnih ukrepov. Uspešno smo prestali **zunanje presoje ISO 9001 v vseh družbah**, ki so nosilke certifikata, koordiniramo pa tudi izvajanje notranjih presoj.

ZAPOSLENI

Na kadrovskem področju je bilo v Skupini Mercator prvo polletje 2005 zaznamovano s prevzemom zaposlenih iz družb Mercator – Dolenjska, d.d., in Mercator – Goriška, d.d., v matično družbo Poslovni sistem Mercator, d.d., notranjo reorganizacijo v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., na programske divizije (tehnika, Intersport, tekstil, Hura! diskonti), na področju market programa v Sloveniji pa na regijske divizije (Osrednja Slovenija, Primorska in Dolenjska) ter otvoritvijo novih maloprodajnih enot.

Pregled zaposlenih v Skupini Mercator

Na dan 30. 6. 2005 je bilo v Skupini Mercator 15.472 zaposlenih, od tega 9.337 v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d. Glede na stanje ob koncu leta 2004 se je število zaposlenih v skupini zmanjšalo za 92 zaposlenih oziroma 0,6 %. Zmanjšanje števila zaposlenih v dejavnosti trgovine za 105 oseb oziroma 0,7 % je posledica poslovne koncentracije Skupine Mercator na področju trgovine v Sloveniji (število zaposlenih se je zmanjšalo za 203 osebe oziroma 1,6 % zaposlenih v trgovini v Sloveniji), ob hkratni širitvi maloprodaje na novih trgih (število zaposlenih se je povečalo za 98 oseb oziroma 4,1% zaposlenih na novih trgih). Število zaposlenih v netrgovini se je glede na konec leta 2004 povečalo za 13 oseb oziroma 1,8 % zaposlenih v netrgovini.

Družba	Število zaposlenih po stanju 31. 12. 2004	Število zaposlenih po stanju 30. 6. 2005	Število zaposlenih iz ur 1-6 2005
Poslovni sistem Mercator, d.d.	8.024	9.337	8.554
Mercator - SVS, d.d.	1.545	1.496	1.464
Mercator - Dolenjska, d.d.*	810	37	54
Mercator - Goriška, d.d.*	712	156	417
Živila Kranj, d.d.*	179	119	147
Emona Maximarket, d.d.*	407	392	372
Alpkomerc Tolmin, d.d.*	184	158	164
Mercator - Modna hiša, d.o.o.*	597	560	534
Mercator - H, d.o.o.	1.516	1.623	1.497
Mercator - S, d.o.o.	374	370	358
Mercator - BH, d.o.o.	480	475	453
Skupaj trgovina	14.828	14.723	14.014
Pekarna Grosuplje, d.d.	240	239	249
Belpana, d.o.o.	-	-	-
Eta, d.d.	293	279	266
Mercator - Emba, d.d.	117	125	124
Mercator - Optima, d.o.o.	33	39	38
M Hotel, d.o.o.	53	67	61
Skupaj netrgovina	736	749	738
Skupaj Skupina Mercator	15.564	15.472	14.752

* Družbe so v fazi pripajanja družbi Poslovni sistem Mercator, d.d.

V prvem polletju leta 2005 smo v Skupini Mercator na novo zaposlili 539 oseb, 631 oseb je prekinilo delovno razmerje, med družbami znotraj Skupine Mercator pa je fluktuiralo 1.353 oseb.

V družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., smo v prvem polletju leta 2005 na novo zaposlili 1.561 oseb; od tega je 1.348 oseb prišlo iz odvisnih družb, 213 oseb pa smo na novo zaposlili. 5 zaposlenih je prešlo v druge družbe Skupine Mercator, 243 zaposlenih pa je prekinilo delovno razmerje.

Z vidika gibanja kadrovskega potenciala v Mercatorju pričakujemo v prihodnosti:

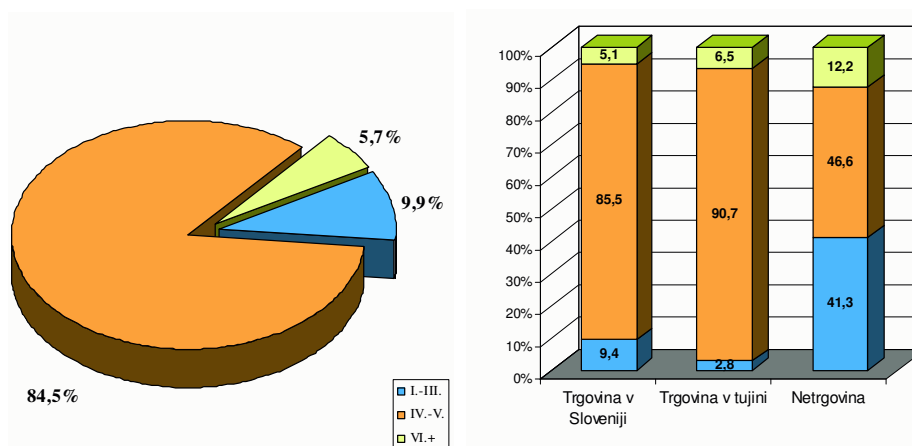
- zmanjševanje kadrovskega potenciala v trgovskem delu skupine v Sloveniji na področju strokovnih služb in logistike, manjšo rast na področju market programa ter nekoliko večjo na področju programskih divizij;
- povečevanje kadrovskega potenciala v trgovskem delu skupine na novih trgih na vseh področjih dela, predvsem zaradi nadaljnjih investicij v širitev maloprodajne mreže;
- stagnacijo kadrovskega potenciala v netrgovskem delu skupine, pri čemer velja omeniti zaposlovanje v družbi Belpana, d.o.o., kot začetek širitve proizvodne dejavnosti družbe Pekarna Grosuplje, d.d., na Hrvaškem.

Demografska in izobrazbena struktura zaposlenih

Skupina Mercator

Na dan 30. 6. 2005 je bilo v Skupini Mercator po izobrazbeni strukturi v prvi skupini (zaposleni s I.-III. stopnjo izobrazbe) 1.527 zaposlenih oziroma 9,9 % vseh zaposlenih, v drugi skupini (zaposleni s IV. in V. stopnjo izobrazbe) 13.069 zaposlenih oziroma 84,5 % vseh zaposlenih ter v tretji skupini (zaposleni s VI. ali višjo stopnjo izobrazbe) 876 zaposlenih oziroma 5,7 % vseh zaposlenih. Povprečna stopnja izobrazbe (merjena na lestvici: 1 – I. stopnja izobrazbe, 8 – VIII. ali višja stopnja izobrazbe) zaposlenih v Skupini Mercator je na dan 30. 6. 2005 znašala 4,27.

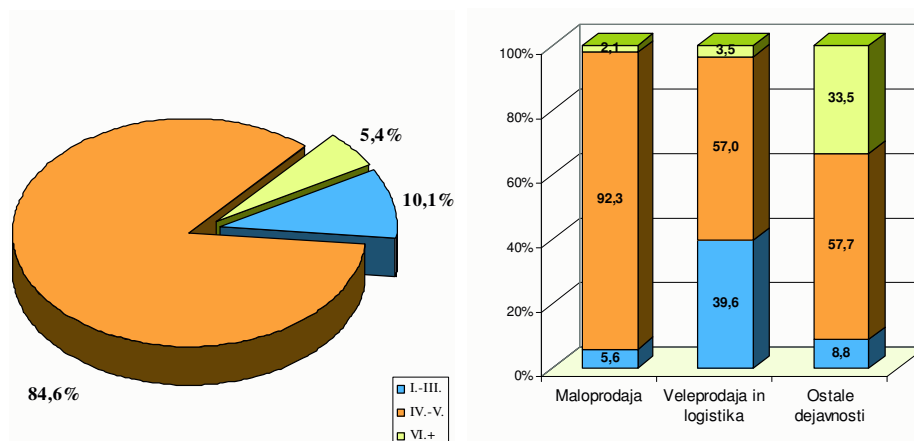
Delež zaposlenih po izobrazbenih skupinah v Skupini Mercator na dan 30. 6. 2005



Poslovni sistem Mercator, d.d.

Ob koncu prvega polletja leta 2005 je bilo v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., po izobrazbeni strukturi v prvi skupini (zaposleni s I.-III. stopnjo izobrazbe) 940 zaposlenih oziroma 10,1 % vseh zaposlenih, v drugi skupini (zaposleni s IV. in V. stopnjo izobrazbe) 7.896 zaposlenih oziroma 84,6 % vseh zaposlenih ter v tretji skupini (zaposleni s VI. ali višjo stopnjo izobrazbe) 501 zaposlenih oziroma 5,4 % vseh zaposlenih. Povprečna stopnja izobrazbe (merjena na lestvici: 1 – I. stopnja izobrazbe, 8 – VIII. ali višja stopnja izobrazbe) zaposlenih v matični družbi je na dan 30. 6. 2005 znašala 4,18.

Delež zaposlenih po izobrazbenih skupinah v družbi
Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 30. 6. 2005



Odsotnost z dela

V Skupini Mercator znaša v prvem polletju leta 2005 seštevek bolniških odsotnosti 988.041 ur, od tega 512.644 ur v breme družb ter 475.397 ur v breme zdravstvenih zavodov. Stopnja absentizma v Skupini Mercator znaša 6,15 % in se je glede na enako obdobje v lanskem letu (6,00 %) povečala za 0,15 %.

V družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., je v prvem polletju leta 2005 seštevek bolniških odsotnosti 664.489 ur, od tega 335.844 v breme družbe ter 328.645 v breme Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije. Stopnja absentizma v matični družbi znaša 7,10 %, kar pomeni, da se je glede na enako obdobje v lanskem letu (7,00 %) povečala za 0,10 %.

Ocenjujemo, da je povečanje stopnje absentizma posledica epidemije gripe v mesecu januarju in februarju, saj se je stopnja absentizma v drugem kvartalu znižala na lanskoletno raven.

Usposabljanje in izobraževanje

V prvem polletju leta 2005 se je vseh oblik usposabljanja in izobraževanja udeležilo skupaj 12.711 udeležencev, od tega 7.732 iz obvladujoče družbe. Skupaj je bilo v Skupini Mercator izvedenih 87.255 ur usposabljanja in izobraževanja, kar predstavlja v povprečju 5,6 ur na zaposlenega. V obvladujoči družbi pa je bilo izvedenih 57.255 ur, kar predstavlja v povprečju 6,1 ur usposabljanja in izobraževanja na zaposlenega.

Poleg funkcionalnega izobraževanja in usposabljanja smo v skupini spremljali tudi 98 zaposlenih pripravnikov, 281 zaposlenih, ki študirajo ob delu, štipendirali 49 dijakov in študentov, usposabljali 24 vajencev v naših maloprodajnih in proizvodnih enotah ter omogočili 618 praktičnih usposabljanj dijakom srednjih trgovskih šol, študentom in štipendistom.

Motiviranje zaposlenih

Poleg izpolnjevanja rednih obveznosti do zaposlenih želimo v Mercatorju zaposlenim omogočiti tudi njihov osebni in profesionalni razvoj. V skladu s tem izvajamo letne razgovore, ki pripomorejo k boljši komunikaciji ter ozaveščanju in odkrivanju sposobnosti ter ciljev vsakega zaposlenega.

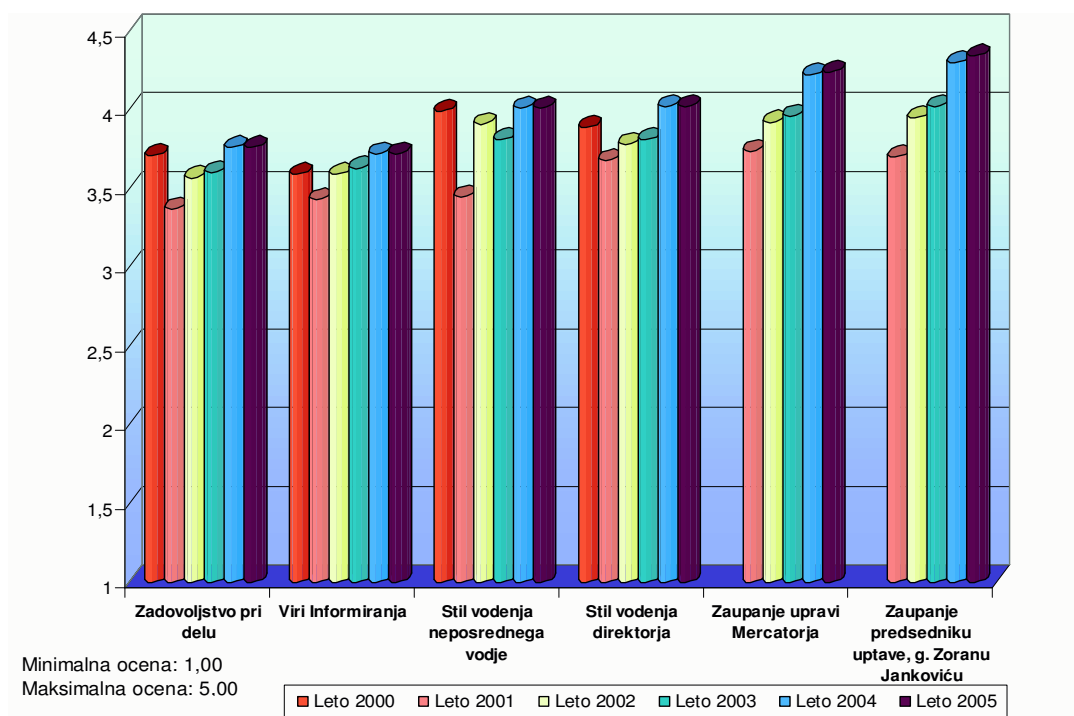
V prvem polletju 2005 je v Skupini Mercator napredovalo 856 zaposlenih, od tega 703 v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d.

Dodatno motiviranje zaposlenih predstavljajo nagrade Mercatorja za izredne dosežke, priznanja za življenjsko delo, denarne nagrade ter priznanja za aktivno sodelovanje pri realizaciji internih vsebin usposabljanja in izobraževanja, z možnostjo pridobitve certifikata internega predavatelja.

Zadovoljstvo zaposlenih

V aprilu in maju 2005 je bila že šestič zapored izvedena raziskava o zadovoljstvu zaposlenih. Opravili so jo zunanji izvajalci iz Centra za raziskovanje javnega mnenja in komunikacij s Fakultete za družbene vede v Ljubljani.

Povprečne ocene zadovoljstva zaposlenih po vsebinskih sklopih



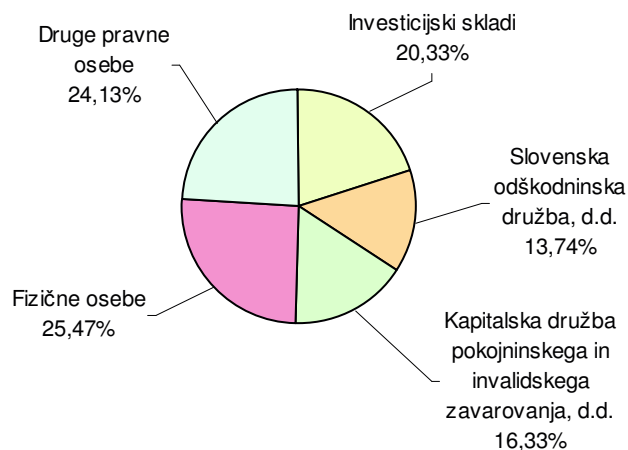
Povprečna ocena zadovoljstva zaposlenih v Skupini Mercator za leto 2005 znaša 4,03. Iz rezultatov raziskave je razvidno, da je na ravni Skupine Mercator vzorec letošnjih ocen stabilen, predvsem zaradi stabilnosti ocen v največji družbi Poslovni sistem Mercator, d.d. Trend ocen na vseh merjenih kategorijah je zmerno pozitiven (po ustalitvi po prvi meritvi), najboljše ocenjeni kategoriji pa še naprej ostajata zaupanje predsedniku uprave, g. Zoranu Jankoviču in upravi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.

V letošnjo raziskavo smo poleg standardnih kategorij uvrstili še dve aktualni vprašanji, s katerima smo preverjali:

- pripadnost zaposlenih Mercatorju; rezultati kažejo, da je pripadnost zaposlenih v Mercatorju za oceno višja kot je slovensko povprečje, s čimer se Mercator pokaže kot podjetje, ki za zaposlene predstavlja 'nekaj več' kot zgolj organizacijo, ki zadovoljuje zgolj finančne potrebe zaposlenih (nematerialni vidiki zadovoljstva pri delu in življenju v podjetju);
- povečanje obremenitev pri delu glede na predhodno obdobje; rezultati kažejo, da večina zaposlenih meni, da so sedaj bolj obremenjeni kot v preteklem obdobju. Ta delež je najvišji v slovenskih trgovskih družbah, kjer je prisotna tudi najdaljša perspektiva ocenjevanja za nazaj. Še višji deleži zaznav o večjih obremenitvah so v netrговskih družbah, precej manjši pa v družbah na novih trgih.

LASTNIŠKA STRUKTURA

Na dan 30. 6. 2005 je bilo v delniški knjigi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., vpisanih 21.188 delničarjev, kar pomeni, da se je število delničarjev v prvi polovici leta 2005 zmanjšalo za 671 oseb.



Ob polletju je delež tujih investorjev v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., znašal 4,27 %, kar v primerjavi s koncem leta 2004 predstavlja povečanje za 1,23 odstotne točke.

NAJVEČJI DELNIČARJI

Na dan 30. 6. 2005 je imelo 10 največjih delničarjev skupaj v lasti približno 56 % delnic podjetja. Ti delničarji so:

- Kapitalska družba pokojninskega in invalidskega zavarovanja, d.d. (16,33 %);
- Slovenska odškodninska družba, d.d. (13,74 %);
- KD Group, finančna družba, d.d. (10,76 %);
- Triglav steber I, delniška investicijska družba, d.d. (3,39 %);
- Sava, d.d. (2,91 %);
- Zavarovalnica Triglav, d.d. (2,64 %);
- NFD 1 delniški investicijski sklad, d.d. (2,39 %);
- Electa, d.o.o. (1,74 %);
- Bank Austria Aktiengesellschaft, Dunaj (1,31 %);
- Krona Senior, investicijska družba, d.d. (1,20 %).

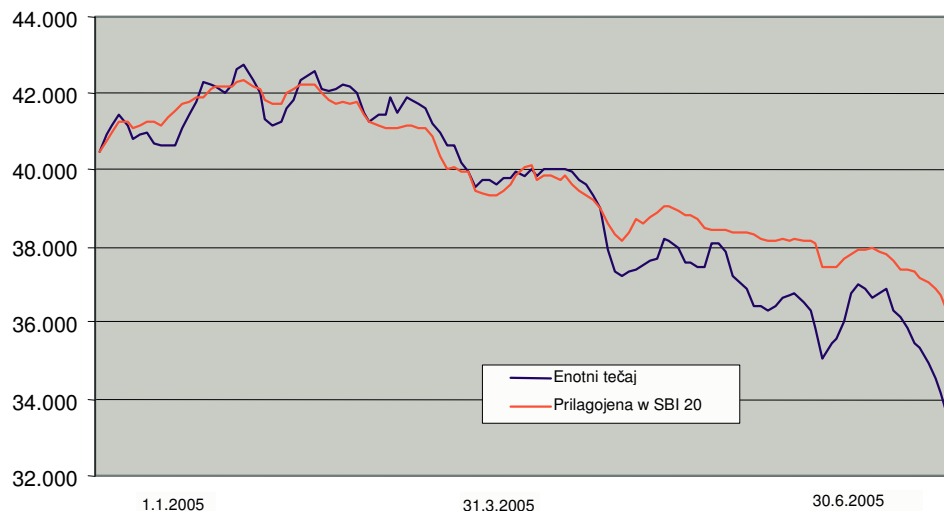
Člani uprave	Število delnic	Delež
Zoran Janković	14	0,000 %
Stanislav Brodnjak	0	0,000 %
Aleš Čerin	0	0,000 %
Jadranka Dakič	0	0,000 %
Marjan Sedej	200	0,006 %
Skupaj	214	0,006 %
Člani nadzornega sveta	Število delnic	Delež
Janez Bohorič	0	0,000 %
Vera Aljančič Falež	30	0,001 %
Ksenija Bračič	75	0,002 %
Jože Cvetek	2.000	0,062 %
Dragica Derganc	102	0,003 %
Matjaž Gantar	0	0,000 %
Vladimir Jančič	0	0,000 %
Morena Kocjančič	500	0,016 %
Marjan Somrak	30	0,001 %
Branko Tomažič	0	0,000 %
Skupaj	2.737	0,085 %

NAJPOMEMBNEJŠI PODATKI ZA DELNIČARJE

	31. 12. 2004	30.6.2005	Indeks 30.6 2005 / 31.12. 2004
Število delnic	3.208.504	3.208.504	100,0
Tržna kapitalizacija (v tisoč SIT)	128.485.056	107.587.428	83,7
Tržna cena delnice (v SIT)	40.045	33.532	83,7
Knjigovodska vrednost delnice (v SIT)	29.232	31.307	107,1
Najnižji tečaj (v SIT)	32.591	33.532	102,9
Najvišji tečaj (v SIT)	43.275	42.721	98,7
Osnovna čista dobičkonosnost navadne delnice (v SIT)	1.589	1.551	97,7
Multiplikator dobička (P/E)	25,21	21,61	85,7

Gibanje tržne cene delnice

Gibanje enotnega tečaja delnice MELR v prvem polletju leta 2005 v primerjavi z gibanjem indeksa SBI 20 je prikazano v naslednjem grafu:



Gibanje indeksa SBI 20 je zaradi primerljivosti prilagojeno tako, da razmerje med tečajem MELR in SBI v celotnem opazovanem obdobju znaša 8,25, kakršno je bilo na dan 1. 1. 2005.

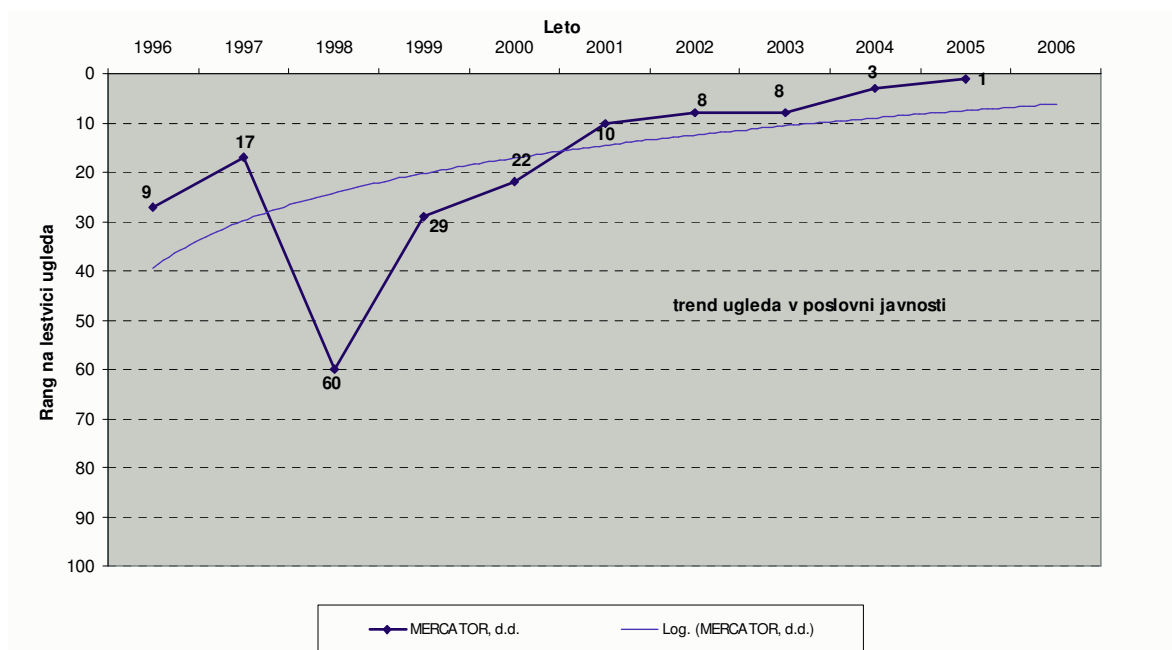
DIVIDENDNA POLITIKA

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., že nekaj let sledi politiki stalno rastočih dividend, ki je bila sprejeta ob upoštevanju pričakovanj lastnikov, kapitalske sestave družbe, investicijskih priložnosti in davčnih vidikov. Ravno slednji pa narekujejo znižanje vrednosti dividende, saj si bo s tem družba zagotovila znatne davčne prihranke. Delničarji družbe bodo o višini dividend odločali na 11. redni letni skupščini, ki je sklicana dne 30. 8. 2005. Uprava in nadzorni svet skupščini delničarjev predlagata, da se izplačajo dividende v bruto višini 318 SIT na delnico.

KOMUNICIRANJE Z INTERESNIMI SKUPINAMI

Mercator je po raziskavi Ugled podjetij (Kline & Partner), v katero je bilo vključenih 200 podjetij iz različnih dejavnosti, v letu 2005 najuglednejše podjetje v očeh poslovne javnosti, v očeh splošne javnosti pa je zasedel četrto mesto.

Razvoj Mercatorjevega ugleda v poslovni javnosti v letih 1996 - 2005



Ugled Mercatorja je velik in stabilen, kljub temu pa bomo v Mercatorju še naprej aktivno usmerjati poslovne in trženske napore v ohranjanje in krepitev lastnosti podjetja, ki so bile pri obeh javnostih označene kot najbolj pomembne za ustvarjanje ugleda podjetja - kakovost ponudbe, jasna vizija in odličnost voditeljstva, finančna učinkovitost ter skrb za zaposlene. **Tudi predsednik Uprave je v okviru raziskave Ugled direktorjev že tretje leto zapored prejel nagrado za najuglednejšega direktorja.**

Temelj uspeha podjetja je sposobnost zaposlenih, da udeležujejo poslanstvo v odnosu do kupcev



V Mercatorju posebno pozornost posvečamo komuniciranju in ustvarjanju odnosov z naslednjimi skupinami:

- * kupci,
- * zaposlenimi,
- * delničarji in finančnimi javnostmi,
- * poslovnimi partnerji,
- * okoljem in
- * mediji.

KOMUNICIRANJE S KUPCI

S kupci želimo vzpostaviti in ohraniti pristen odnos, ki temelji na spoštovanju in medsebojnem zaupanju, zato komunikacija z njimi poteka dnevno ob vsakem stiku. Tako spoznavamo njihove potrebe in želje, katerim se prilagajamo. Kupci, ki se v naši družbi počutijo prijetno, se v naše okolje tudi radi vračajo.

Da bi okrepili svoje prednosti in odpravili svoje slabosti, zmeraj prisluhnemo in odgovarjamo na **pohvale, pritožbe in predloge**, ki nas dosežejo preko elektronskih sporočil, pisem, telefona ali knjige pritožb in pohval, ki je na voljo v vseh Mercatorjevih prodajalnah. S pravočasnim odzivom na mnenja kupcev ohranjamo in večamo njihovo zadovoljstvo in krepimo njihovo zvestobo.

Vesetje ob Mercatorjevih praznikih vedno delimo tudi z našimi kupci, katerim ob otvoritvah in rojstnih dnevih naših prodajaln nudimo posebne popuste. Imetnikom gotovinske in plačilno-kreditne Mercator Pika kartice priznavamo za njihov nakup v izbranih dneh dvojne pike. Ob praznovanju dneva Mercatorja smo v nedeljo, 19. junija 2005, kupcem ponudili 10-odstotni popust v vseh odprtih poslovalnicah Mercatorja in naših partnerjev.

Pomembno komunikacijsko vez s kupci ohranjamo tudi z **revijo Mesec**, ki jo izdajamo že sedmo leto v Sloveniji in drugo leto na Hrvaškem. V njej predstavljamo aktualne novosti na Mercatorjevih policah in nasvete za bolj zdravo in polno življenje. Kupce informiramo o dogodkih v naših centrih, projektih, ki jih izvajamo, ter storitvah in ugodnostih, ki jih nudimo v naših prodajalnah. Bralci nam v pismih sporočajo svoje mnenje o vsebini revije, najboljše prispevke pa tudi nagradimo. S posebnimi kuponi, ki jih dodamo reviji, omogočamo kupcem ugodnejše nakupe. Vodilne teme leta 2005 so vrednote: družina, prijateljstvo, zaupanje, sreča.

Do konca junija 2005 je revija Mesec dvakrat prejelo 500.000 gospodinjstev v Sloveniji in prav toliko na Hrvaškem. Do konca letošnjega leta bomo izdali še dva izvoda revije.



KOMUNICIRANJE Z ZAPOSLENIMI

V Mercatorju se zavedamo, da je zadovoljstvo naših kupcev odvisno od zadovoljstva naših zaposlenih, s katerimi se vsakodnevno srečujejo, zato jim na področju komunikacij posvečamo posebno pozornost. Interno komuniciranje prispeva h gradnji ugleda podjetja med zaposlenimi, korporacijske pripadnosti in širjenju vizije, poslanstva in strategije med zaposlenimi.

V Mercatorju z **Dnevom odprtih vrat** pisarne predsednika uprave uresničujemo načelo, da je sleherni zaposleni pomemben člen podjetja. Enkrat mesečno imajo vsi zaposleni možnost za osebni pogovor s predsednikom uprave, v katerem mu lahko predstavijo svoje težave, želje in predloge ali pobude za izboljšanje delovnih razmer.

Že več kot 40 let izhaja **Mercatorjev interni časopis**, ki ga prejemajo tako zaposleni kot tudi Mercatorjevi upokojenci in študentje. Poslanstvo glasila je obveščanje zaposlenih o pomembnejših dogodkih, aktualnih projektih in odločitvah v podjetju, ki zadevajo tudi njih. V letošnjem prvem polletju je Mercator Časopis izšel petkrat, v nakladi 23.800 izvodov.



V Mercatorju že tradicionalno vsako pomlad potekajo športna tekmovanja, v katerih sodelujejo zaposleni iz vseh Mercatorjevih družb. Tako smo tudi letos pripravili **Mercatoriado**, športna tekmovanja v enajstih različnih panogah, v katerih so se pomerili zaposleni iz vseh Mercatorjevih družb in vseh trgov, kjer poslujemo. Zaključek športnega dela srečanja je bil 18. junija na Bledu, ko smo organizirali tradicionalen Dan Mercatorja, osrednji praznik zaposlenih v Skupini Mercatorju. Srečanje je potekalo na Bledu, udeležilo pa se ga je kar 18.000 zaposlenih z ožjimi družinskimi člani.

KOMUNICIRANJE Z DELNIČARJI IN Z DRUGIMI FINANČNIMI JAVNOSTMI

V prvi polovici leta 2005 smo z delničarji in drugimi finančnimi javnostmi komunicirali skladno z zakonskimi okviri ter uveljavljeno dobro poslovno prakso.

Delničarje in finančno javnost smo o vseh pomembnih dogodkih v zvezi s poslovanjem obveščali primarno preko sistema elektronskega obveščanja SEOnet, poleg tega pa tudi preko Mercatorjevih spletnih strani in časopisa Delo.

Že konec februarja 2005 smo objavili nerevidirane nekonsolidirane in konsolidirane računovodske izkaze za leto 2004, dober mesec kasneje pa tudi že povzetek revidiranega letnega poročila 2004. Pripravili smo letno poročilo 2004 v slovenskem in angleškem jeziku ter prilogo Company profile – kratka predstavitev Skupine Mercator v 4 jezikih (slovenski, angleški, hrvaški in srbski), saj želimo uspešno komunicirati z javnostmi na vseh trgih našega delovanja.

Za lažje razumevanje našega poslovanja so konsolidirani računovodski izkazi v angleškem letnem poročilu za tujo poslovno javnost pripravljeni v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja. Skladno z zahtevami Evropske unije smo po Mednarodnih standardih računovodskega poročanja pripravili in objavili tudi rezultate poslovanja Skupine Mercator za prvo četrtletje 2005.

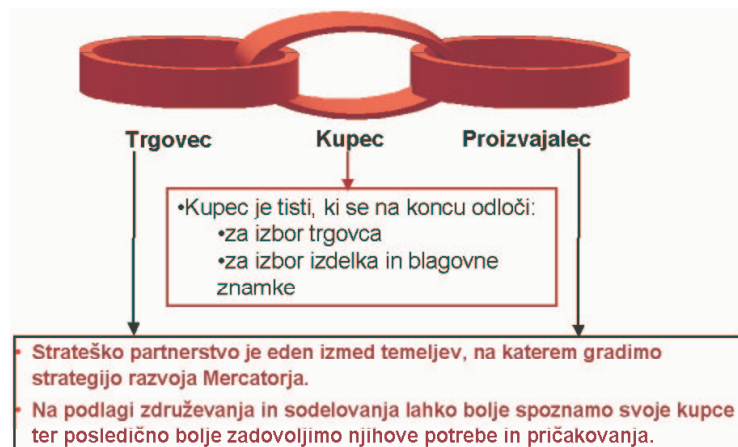
Poleg rednega obveščanja preko sistema SEOnet, časopisa Delo in Mercatorjevih spletnih strani, smo se v prvem polletju na krajših sestankih sestali tudi z investitorji in finančnimi analitiki, katerim na ta način omogočamo boljše razumevanje in poznavanje našega poslovanja.

V okviru izbora za najboljše odnose z vlagatelji in drugimi interesnimi skupinami (nagrada Portal) za leto 2004 se je Mercator uvrstil v ožji izbor.

KOMUNICIRANJE S POSLOVNIMI PARTNERJI

S poslovnimi partnerji na področju nabave trgovskega in netrgovskega blaga komuniciramo na način krepitve dobrih, poštenih in motivacijskih poslovnih odnosov, ki zagotavljajo boljše in stabilne rezultate medsebojnega poslovanja.

Razvojne načrte Mercatorja vključno z usmeritvami na področju nabave in trženja izdelkov v Mercatorjevi maloprodaji smo največjim poslovnim partnerjem tako kot vsako leto predstavili na trženjskih dnevih februarja 2005. S pravočasno obveščenostjo o načrtih na razvojnem področju vzpodbudimo in pripravimo poslovne partnerje na nove poslovne izzive, na katere se morajo pravočasno pripraviti, saj jim Mercator ponuja prodajne police, za zapolnitev katerih morajo zagotoviti prave in kakovostne izdelke po pravih cenah.



KOMUNICIRANJE Z OKOLJEM

Kot družbeno odgovorno podjetje si nenehno prizadevamo za dobrobit lokalnega in širšega družbenega okolja. V letu 2005 nadaljujemo z uresničevanjem številnih sponzorskih in donatorskih projektov, pri čemer se odločamo predvsem za tiste, ki jih odlikuje vseslovenskost, skrb za kakovost življenja, aktualnost in identifikacija Mercatorja s sporočilom.

Kot vsako leto pripravljamo tudi letos osrednjo humanitarno akcijo. Tokrat bo namenjena širjenju in bogatenju bralne kulture.

Z Zvezo prijateljev mladine Slovenije smo kot osrednji donator sodelovali v dobrodelnem projektu oddaje **Spet doma** in med 20. februarjem in 19. junijem za socialno ogrožene družine prispevali 16 mio SIT.

V začetku junija smo skupaj s podjetjem Procter & Gamble začeli dobrodelno akcijo **Za Triglav**, katere glavna cilja sta ohranitev okolja in izboljšanje varnosti planincev na ožjem območju Triglava. V obdobju med 9. junijem in 11. oktobrom bomo del sredstev od prodaje izbranih izdelkov donirali Planinski zvezi Slovenije, pri čemer načrtujemo, da bomo zbrali 15 milijonov SIT.



V letu 2005 smo v sodelovanju s podjetjem Pejo trading nadaljevali s humanitarno akcijo **Vsi smo bili otroci**, ki se je zaključila 31. maja. V sklopu akcije smo v letošnjem letu omogočili počitnice 300 otrokom, v celotnem obdobju trajanja akcije, od leta 2003, pa 900 otrokom.



Mercator je kot največji donator prispeval sredstva za organizacijo programa ob **Dnevu odprtih vrat Pediatrice klinike** v mesecu juniju.

Tudi letos nadaljujemo s podporo projekta Fundacija **Z glavo na zabavo**, podpiramo pa tudi **Zlati abonma** v Cankarjevem domom.

Poleg tega smo v prvi polovici leta 2005 sodelovali še v številnih drugih dobrodelnih in sponzorskih aktivnostih in tako pomagali na področjih športa, kulture in izobraževanja. Družbeno odgovorno smo bili aktivni na vseh trgih, kjer poslujemo.

KOMUNICIRANJE Z MEDIJI

Mediji so ključna skupina deležnikov, ki pomembno vplivajo na oblikovanje javnega mnenja o Mercatorju, stopnja njihove naklonjenosti pa je pomembna tudi pri oblikovanju našega ugleda.

Tudi letos nadaljujemo z Mercatorjevo korporativno strategijo komuniciranja z mediji, ki temelji na aktivnem in pravočasnem odzivanju in medsebojnem sodelovanju ter tako krepi dolgoročne in stabilne odnose z njimi.

V februarju smo, kot vsako leto, organizirali novinarsko konferenco, na kateri smo medijem predstavili rezultate poslovanja v predhodnem letu in načrte za tekoče leto. V marcu smo na novinarskem srečanju skupaj s strokovnjaki iz Zavoda za zdravstveno varstvo Kranj in Društva za zdravje srca in ožilja medijem predstavili linijo Zdravo življenje. Ob otvoritvi Mercator centra v Zadru smo v Zadar peljali tudi slovenske novinarje ter dan pred otvoritvijo pripravili sproščeno druženje novinarjev z Mercatorjevo upravo. Na dan otvoritve smo organizirali tudi novinarsko konferenco.

Medijem smo se dnevno odzivali tudi na njihova vprašanja in povabila k intervjujem. Ob pomembnejših dogodkih smo pripravili sporočila za javnost, na primer ob otvoritvah novih

prodajaln, uvedbi ugodnosti za imetnike zlate Mercator Pika kartice, novinarjem smo predstavili Mercatorjevo stališče do odločitve ustavnega sodišča, da podpre spremembe zakona o delovnem času prodajaln, sodelovali smo pri pripravi novinarske konference in PR podpore projektu MTV Adria.

FINANČNO POSLOVANJE

Gibanje višine Mercatorjevih obveznosti iz financiranja je v prvem poletju 2005 sledilo rasti obsega poslovanja in nadaljnjemu uresničevanju načrta naložbenih aktivnosti, ki so intenzivne predvsem na novih trgih. Tako so se finančne obveznosti, vključujoč dolgoročne poslovne obveznosti iz naslova finančnega najema, povečale za 11,73 % oziroma 13,9 mlrd SIT in 30. 6. 2005 dosegale višino 132,5 mlrd SIT.

Povečanje obsega finančnih obveznosti je posledica zadolževanja preko bilateralnih bančnih posojil ter finančnega najema:

- V prvi polovici leta smo sklepali tako kratkoročna kot tudi dolgoročna bilateralna posojila, in sicer za refinanciranje obstoječih virov kot tudi za financiranje novih naložbenih aktivnosti. Nadaljevali smo uspešno sodelovanje s praktično vsemi slovenskimi kot tudi z večino evropskih bank, ki delujejo na prostoru srednje in jugovzhodne Evrope in je trgovina ena izmed njihovih ciljnih panog, poslovanje pa je bilo uspešno tudi z lokalnimi bankami na Mercatorjevih novih trgih.
- V prvem polletju 2005 nismo sklepali novih leasing poslov, smo pa po odprtju Mercatorjevih centrov v Osijeku ter Zadru slednja tudi formalno prevzeli, s čimer smo finančni najem za ta dva centra prikazali bilančno, kar je vplivalo na izkazano povečanje zadolžitve iz naslova finančnega najema. Obseg finančnega najema nameravamo povečevati zaradi ročnosti tudi v prihodnje, in sicer predvsem na območju Hrvaške zaradi predvidenega visokega obsega naložb, kasneje, s prilagajanjem zakonodaje, pa tudi v Srbiji in Črni gori ter Bosni in Hercegovini.
- Mercatorjeve obveznice, ki smo jih izdali konec leta 2004 in s katerimi smo dodatno razpršili vire financiranja, izboljšali ročnost virov ter zmanjšali izpostavljenost obrestnemu tveganju, so v februarju 2005 začele kotirati v prosti kotaciji Ljubljanske borze pod oznako MEO1. Na dan 30. 6. 2005 je obveznica kotirala v premiji, in sicer je njena vrednost znašala 104,30, v prvi polovici leta pa se je z njimi sklenilo za 1,57 mlrd SIT poslov. V prihodnosti predvidevamo nadaljnje izdaje, seveda v odvisnosti od pogojev financiranja ter povpraševanja na trgu.
- Zaradi usmeritve k izboljšanju strukture ročnosti virov ter siceršnjih ugodnih pogojev financiranja z drugimi viri, tekom prvega polletja 2005 nismo koristili programa kratkoročnih evro komercialnih zapisov. Te vrednostne papirje, ki sicer predstavljajo element razpršitve virov financiranja kot tudi pomembno likvidnostno rezervo, bi izdali zgolj v primeru povečanih likvidnostnih potreb, do katerih pa zaradi dobrega upravljanja s plačilno-sposobnostnim tveganjem ni prišlo.

Skupina Mercator je na dan 30. 6. 2005 dosegala kapitalsko sestavo v razmerju 1 : 1,25 med lastniškim kapitalom, ki obsega računovodsko izkazani lastniški kapital in dolgoročne rezervacije, ter dolžniškim kapitalom, ki obsega dolgoročne in kratkoročne obveznosti iz financiranja in dolgoročne poslovne obveznosti iz finančnega najema. Razmerje sicer kaže

na začasno odstopanje od ciljne kapitalske sestave v razmerju 1 : 1, vendar pa glede na trenutno makroekonomsko okolje nizkih obrestnih mer tako odstopanje še vedno zagotavlja nizko raven povprečnih tehtanih stroškov kapitala. Konec leta 2004 je razmerje znašalo 1 : 1,16.

Skupina Mercator je v skladu z načrtano usmeritvijo v prvem polletju 2005 uspešno nadomeščala kratkoročne premostitvene vire z dolgoročnimi. Ob polletju je razmerje med dolgoročnimi ter kratkoročnim obveznostmi iz financiranja znašalo 64,1 % : 35,9 %, kar z vidika sicer nizke izpostavljenosti tveganju refinanciranja pomeni malenkostno izboljšanje strukture ročnosti glede na konec leta 2004 (razmerje 59,9 % : 40,1 % v prid dolgoročnih virov). Približali smo se tudi zastavljenemu cilju 90–odstotne dolgoročne pokritosti dolgoročnih sredstev z dolgoročnimi viri, saj je kazalnik pokritosti znašal 89,9 %, kar prav tako pomeni izboljšanje glede na stanje konec leta 2004, ko je kazalnik znašal 87,1 %.

UPRAVLJENJE S TVEGANJI

FINANČNA TVEGANJA

Na področju finančnih tveganj je Skupina Mercator v prvem polletju 2005 sledila sprejeti politiki upravljanja s finančnimi tveganji ter jo v posameznih sklopih tudi nadgrajevala, izvajala ustrezne ukrepe in aktivnosti ter s tem, glede na interne ocene, ohranjala izpostavljenost posameznim tveganjem na nizki oziroma zmerni ravni. Konkretno smo preko odbora za finančna tveganja ponovno preučili vsa kritična tveganja, kot tudi pripravili t.i. »register tveganj«, ki jasno ponazarja segmente, kjer je izpostavljenost zaenkrat še vedno nekoliko višja.

V prvi polovici leta 2005 smo do pomembnejšega napredka prišli predvsem pri razvoju upravljanja z valutnim tveganjem, ki s širitvijo Mercatorja v mednarodno okolje pridobiva na pomenu. Ukrepe za zmanjševanje izpostavljenosti ter politiko upravljanja smo oblikovali predvsem za družbo Mercator – S, d.o.o., ter v manjši meri tudi za družbo Mercator – H, d.o.o., medtem ko smo bosansko odvisno družbo ter slovenski del skupine izvzeli iz analize, saj je v slednjih dveh primerih tveganje zanemarljivo.

Prav tako smo ponovno izvedli natančno analizo kreditnega tveganja. Rezultat je pokazal, da Mercator z obstoječimi ukrepi in aktivnostmi ustrezno in učinkovito obvladuje kreditno tveganje (nizka izpostavljenost), na podlagi česar smo zaključili, da dodatni ukrepi v smeri zniževanja in boljšega obvladovanja tveganj niso potrebni. Poleg tega smo glede na ugotovljeni trend zniževanja deleža slabih terjatev ugotovili tudi, da se je stanje na področju plačilne discipline oziroma kreditnega tveganja v zadnjem letu celo izboljšalo, kar dodatno potrjuje učinkovito upravljanje s tem tveganjem.

Pri ostalih tveganjih bistvenih sprememb v prvi polovici leta nismo identificirali. Tveganje obrestne mere smo glede na že dalj časa bolj ali manj nespremenjene ravni obrestnih mer, zaščito dela posojil z uporabo izvedenih finančnih instrumentov ter izdajo obveznic po fiksni obrestni meri še naprej ocenjevali kot nizko. Prav tako smo še naprej učinkovito upravljali s plačilno-sposobnostnim tveganjem. Večjih sprememb ni bilo tudi glede inflacijskega tveganja,

ki je bilo, z izjemo srbskega trga, kjer pa izvajamo ustrezne ukrepe za nevtralizacijo le-tega, ocenjeno kot nizko. Prav tako nismo bili izpostavljeni cenovnemu tveganju finančnih naložb, in sicer zaradi zanemarljivega obsega le-teh.

POSLOVNA TVEGANJA

V letu 2005 smo nadaljevali s poglobljeno analizo v letih 2003 in 2004 definiranih poslovnih tveganj. Osredotočili smo se na tista tveganja, ki smo jih ocenili kot kritična. Bolj poglobljeno smo podali analizo posameznih kritičnih tveganj, in sicer glede na posamezno divizijo (market program, divizija Intersport, tekstilna divizija Mercator, tehnična divizija Mercator, divizija Hura! diskonti) ter znotraj posameznih divizij glede na posamezen trg delovanja Mercatorja – slovenski trg, nove trge (Hrvaška, Srbija in Črna gora, Bosna in Hercegovina) in bodoče nove trge.

Kritična tveganja v okviru poslovnih tveganj **na področju maloprodaje** so naslednja:

I. V okviru tveganja rasti tržnega deleža in prodaje:

1. V okviru tveganja konkurenčnosti trženjskega spleta:

- tveganje v procesu nekonkurenčnosti cen,
- tveganje v procesu nekonkurenčnosti projektov pospeševanja prodaje,
- tveganje oblikovanja optimalnega sortimana za kupce,
- tveganje v procesu prihoda novih konkurentov.

2. V okviru tveganja rasti števila kupcev:

- tveganje neustreznega oziroma nepravočasnega umika izdelkov, ki niso varni, iz maloprodajne mreže in skladišč,
- tveganje vpliva nivoja storitve (zaposlenih) na rast števila kupcev,
- tveganje nepredvidljivih dogodkov na rast števila kupcev,
- tveganje oblikovanja dopolnilne ponudbe v nakupovalnih centrih.

3. V okviru tveganja na področju realiziranih investicij:

- tveganje povezano z nepravočasno otvoritvijo centra,
- tveganje povezano z nakupom zemljišč "na zalogo",
- tveganje dražje izgradnje investicije od načrtovane,
- tveganje povezano z doseženo prodajo (učinkovitostjo) realiziranih investicij,
- tveganje spremljanja učinkovitosti investicije (stroškov in prihodkov, povezanih s posamezno investicijo),
- tveganje nepravočasnega imenovanja projektne skupine za preučitev vstopa na nove trge,
- politično in deželno tveganje.

II. V okviru tveganja v procesu vodenja nabave:

- tveganje v procesu vodenja nabavne politike z usmeritvijo v domače dobavitelje na posameznih trgih delovanja,
- tveganje naraščajoče pogajalske moči slovenskih dobaviteljev na podlagi koncentracije in združevanja v živilski panogi,
- tveganje slabše pogajalske moči napram multinacionalnim dobaviteljem v primerjavi s tujo konkurenco,
- tveganje v procesu nabave na področju odgovornosti za izdelke, ki jih nabavljamo.

III. Tveganja v procesu realizacije relativne razlike v ceni na področju maloprodaje.

Kritična tveganja na področju veleprodaje pa so:

1. Tveganja konkurenčnosti trženjskega spleta:
 - tveganje v procesu nekonkurenčnosti cen.
2. Tveganja rasti števila kupcev na področju veleprodaje.
 - tveganje v procesu nekonkurenčnosti storitve,
 - tveganje zaradi neplačil.

Vsa opredeljena kritična tveganja se pojavljajo kot kritična tudi na dolgi rok, zato smo znotraj obravnave posameznega tveganja preučevali njegovo delovanje na dolgi rok. Tako bomo v prihodnje posebno pozornost na področju upravljanja s tveganji še naprej posvečali opredeljenim kritičnim tveganjem.

TVEGANJA DELOVANJA

Pri opredelitvi tveganj delovanja v Skupini Mercator izhajamo iz poslovnih procesov, ki smo jih opredelili v Poslovniku vodenja kakovosti trgovskih družb Skupine Mercator. Kriteriji za izbor procesov so bili prepletanje tveganj delovanja s poslovnimi in finančnimi tveganji in razpoložljivi kadrovski resursi. Za analizo tveganj delovanja in določitev ključnih tveganj delovanja v Skupini Mercator smo pripravili obrazec "Predloga za analizo tveganj delovanja", ki je namenjen izdelovalcem poročil za izvedbo analize tveganj.

Na podlagi analize smo ugotovili naslednja **kritična tveganja delovanja**:

1. Organiziranost, standardi in zagotavljanje kakovosti:
 - neprocesno delovanje in slabe komunikacije med funkcijami,
 - papirno dokumentiranje poslovnih dogodkov,
 - neustrezna informacijska podpora.
2. Razvoj in delovanje informacijske infrastrukture (HW in SW):
 - tveganje nepooblaščenega razkritja podatkov.

3. Obvladovanje zavarovanj:

- tveganja, ki so nastala zaradi spremenjenih zavarovalnih pogojev.

4. Računovodski procesi in kontroling:

- tveganje povečevanja skupne davčne obremenitve.

Pri izdelavi Poročila o tveganjih delovanja v Skupini Mercator za leto 2005 moramo poudariti, da posamezni procesi niso bili zajeti v analizo tveganj, da se posamezna tveganja lahko navezujejo z ostalimi tveganji oziroma se z njimi prepletajo in da bo za kvalitetnejšo analizo potrebno še analizirati tveganja, jih dopolniti in pripraviti ustrezno politiko ravnanja ob njihovem pojavu.

OKOLJEVARSTVENE DEJAVNOSTI

V trgovskih družbah Skupine Mercator se zavedamo, da je ravnanje z okoljem kontinuiran proces, v katerem se je potrebno ves čas prilagajati novim tržnim in zakonodajnim zahtevam ter spremembam v okolju, zato si prizadevamo za izboljševanje okoljskih vidikov poslovanja ter racionalno porabo energije, surovin in ostalih naravnih virov.

Med aktivnosti ohranjanja naravnega okolja v trgovskih družbah Skupine Mercator smo v prvem polletju 2005 vključili:

- Projekt zbiranja odpadnega pisarniškega papirja v petih poslovnih stavbah Mercator, d.d. Z novim načinom zbiranja odpadnega pisarniškega papirja zagotavljamo recikliranje ločeno zbranega papirja in zmanjšujemo količino nastalih komunalnih odpadkov v poslovnih stavbah.
- Projekt ravnanja z odpadno električno in elektronsko opremo, znotraj katerega smo oblikovali delovno skupino, ki vodi vse potrebne procese za vzpostavitev učinkovitega sistema ravnanja s tovrstno opremo v Mercatorju.
- Projekt racionalizacije električne energije, katerega cilj je pripraviti pregled stanja porabe energentov po posameznih odjemnih mestih, analizo porabe in predloge korektivnih ukrepov za njihovo zmanjšanje.
- Projekt ločenega zbiranja izrabljenih kartuš in tonerjev v poslovnih stavbah, ki bo realiziran v drugi polovici leta 2005.
- Z namenom izobraževanja zaposlenih v internem časopisu mesečno objavljamo serijo poljudnih člankov s področja varovanja okolja.
- Z namenom osveščanja potrošnikov in povečanja prepoznavnosti Mercatorja kot okolju prijazne trgovske verige smo skupaj s 3000 učenci Ekošol izvedli nagradno tekmovanje »Čisto okolje veliko dobre volje« in na Svetovni dan okolja (5. junij 2005) razglasili zmagovalca tekmovanja.

Vse trgovske družbe so si v prvem polletju 2005 prizadevale k izboljševanju okoljskih vidikov poslovanja ter gospodarnega ravnanja in racionalne porabe energije, surovin in ostalih naravnih virov.

POSLOVANJE DRUŽB SKUPINE MERCATOR

V nadaljevanju so prikazana kratka poročila o poslovanju družb Skupine Mercator v prvem polletju leta 2005.

Trgovske družbe

Mercator – SVS, d.d.

Družba je 1. 3. 2005 Kmetijski zadrugi Ormož v franšizno razmerje predala 4 maloprodajne enote; na dan 30. 6. 2005 ima družba v franšiznem razmerju 41 prodajnih enot. V marcu 2005 je družba pričela s prenovo maloprodajnih enot blagovnice Tezno, blagovnice Murska Sobota in SP Lovrenc na Pohorju. 16. maja 2005 je uprava družbe podpisala pogodbo z družbo Merkur, d.d., Kranj, o nakupu prodajnega prostora v MC Maribor v vrednosti 1,1 mlrd SIT, 8. junija 2005 pa s podjetjem Komunalprojekt, d.d., Maribor, o nakupu zemljišča v Pesnici v vrednosti 63,4 mio SIT. Prav tako je v letu 2005 nadaljevala z dezinvesticijami poslovno nepotrebnega premoženja, pri čemer je iztržila 349 mio SIT.

Mercator – Dolenjska, d.d.

S 1. 1. 2005 je obvladujoča družba Poslovni sistem Mercator, d.d., z namenom povečanja poslovne učinkovitosti Skupine Mercator, prevzela maloprodajno in veleprodajno dejavnost družbe Mercator – Dolenjska, d.d., ter skladno s tem vse zaposlene iz prevzetih enot. Družba bo do konca leta 2005 pripojena obvladujoči družbi. V družbi ostaja le še poslovna dejavnost upravljanja s preostalim premoženjem in servisiranje nekaterih storitev za potrebe prevzemnika.

Mercator – Goriška, d.d.

S 1. 4. 2005 je obvladujoča družba Poslovni sistem Mercator, d.d., prevzela maloprodajno dejavnost družbe Mercator – Goriška, d.d., s 1. 10. 2005 pa namerava prevzeti tudi veleprodajno dejavnost. Družba bo do konca leta 2005 pripojena obvladujoči družbi.

Živila Kranj, d.d.

Že v letu 2004 je bila celotna dejavnost družbe prenesena na obvladujočo družbo Poslovni sistem Mercator, d.d., in družbo Mercator – SVS, d.d. Pripojitev družbe obvladujoči družbi je predvidena do konca leta 2005, do takrat pa bo družba učinkovito upravljala s preostalim premoženjem.

Emona Maximarket, d.d.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v prvem trimesečju pridobila celoten paket delnic v družbi Emona Maximarket, d.d.; po zaključenem prevzemu se je pričelo prilagajanje poslovanja družbe standardom poslovanja in podjetniški kulturi Skupine Mercator. Družba je 1. 2. 2005 uvedla uporabo kartice Mercator Pika, zaradi česar pričakuje povečano število predvsem zvestih kupcev. Nadaljevala bo s prilagajanjem Mercatorjevim standardom poslovanja, krepila zvestobo kupcev, predvsem ciljnih skupin na visoki ravni ter nadaljevala s stroškovno racionalizacijo in povečanjem produktivnosti ob ohranitvi ustrezne kapitalске strukture in finančne moči.

Alpkomerc Tolmin, d.d.

Od julija 2004 dalje družba deluje kot odvisna družba družbe Poslovni sistem Mercator, d.d. Poslovanje je usmerjeno v prilagajanje vseh poslovnih funkcij standardom poslovanja in podjetniški kulturi Skupine Mercator. S 1. 4. 2005 je sedem poslovalnic družbe prešlo v upravljanje Tehnični diviziji Mercator. V skladu z načrtom združevanja družbe z matično družbo, se bo organizacijska enota trgovine na debelo s 30. 9. 2005 zaprla. V prvem polletju leta 2005 je družba s strani države in zavarovalnice prejela izredne prihodke iz naslova poravnave nastale škode ob potresu v letu 2004 v skupni višini 31 mio SIT.

Mercator – Modna hiša, d.o.o.

V obdobju 1 – 6 2005 je družba odprla dve novi enoti, in sicer Modiano Dravograd v mesecu aprilu ter ob koncu junija še Modiano Ajdovščina. V skladu s programom zapiranja nerentabilnih poslovalnic je družba v januarju zaprla tri poslovne enote: Tekstilni diskont Središče ob Dravi, Tkanina Ormož in TH Tekstil Gornja Radgona, franšizno prodajalno Obutev Lenart pa je družba oddala družbi Alpina, d.d. V mesecu aprilu je družba izdala prvo zloženko Mercator – Modne hiše za pomlad / poletje 2005 s predstavitvijo lastne blagovne znamke MH design. Družba je v obravnavanem obdobju v posamične nakupe osnovnih sredstev investirala 9 mio SIT.

Mercator – H, d.o.o.

Družba je 1. februarja 2005 na hrvaškem trgu uvedla zeleno plačilno – kreditno kartico Mercator Pika. 23. marca 2005 je odprla nov Mercatorjev center v Zadru. Družba je bila v obravnavanem obdobju dokapitalizirana s strani družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v višini 3.229 mio SIT. V prvem polletju je za investicije v osnovna sredstva namenila 12.018 mio SIT, kar se nanaša predvsem na prevzem lizinga za Mercatorjev center v Osijeku ter izgradnjo Mercatorjevega centra v Zadru.

Mercator – S, d.o.o.

1. 1. 2005 je v družbi prišlo do sprememb v izkazovanju poslovanja zaradi spremembe Zakona o davku na dodano vrednost. Družba je bila v prvem polletju dokapitalizirana s strani družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v višini 959 mio SIT. Za investicije je bilo namenjenih 1.716 mio SIT, kar se predvsem nanaša na nakup zemljišča za MC Niš in MC Čačak. Družba je že začela z izgradnjo MC Čačak, katerega otvoritev je predvidena v decembru 2005. Že tretje leto zapored se je uvrstila med pet najboljših gospodarskih družb na področju odnosov z javnostjo, za kar je 11. 5. 2005 prejela nagrado Poslovne šole za PR.

Mercator – BH, d.o.o.

V obdobju 1 – 6 2005 je bila družba dokapitalizirana s strani družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v višini 3.799 mio SIT. Družba je v obravnavanem obdobju investirala v osnovna sredstva 491 mio SIT, kar se nanaša predvsem na nakup zemljišča za TC Dobrinja; v maju 2005 je družba pričela z gradnjo centra, katerega otvoritev je načrtovana v decembru 2005.

Netrgovske družbe

Pekarna Grosuplje, d.d.

Družba je v prvem polletju leta 2005 poslovala uspešno, saj so polletni načrti v večini preseženi. Zaradi spremenjenih pogojev na trgu se je družba osredotočila na dva ključna kupca (Mercator in Spar), pridobila pa je pomembnega novega kupca, Petrol Gostinstvo. Na

področju investiranja je prišlo do nakupa dodatnega zemljišča v izmeri 11.173 m², za katerega je potrebno izdelati lokacijski načrt, začetek gradnje nove proizvodne hale pa se prenaša v letu 2006.

Eta, d.d.

Družba je intenzivno začela prilagajati svoj proizvodno – prodajni program novim konkurenčnim pogojem, ki so nastali ob vstopu Slovenije v Evropsko unijo. Tako je v prvem polletju leta 2005 močno znižala prodajne cene na domačem trgu kot ključni instrument za povečanje obsega prodaje oziroma zadržanja tržnega deleža. Prav tako je začela resne pogovore o sodelovanju s strateškim partnerjem Valfrutta, ki bi olajšal proces optimizacije proizvodnega programa in drugih ukrepov za znatno povečanje stroškovne učinkovitosti družbe ter s sinergijskimi učinki pomembno izboljšal ekonomičnost poslovanja družbe. Družba je v prvem polletju leta 2005 realizirala izgubo v višini 331 mio SIT, kar je predvsem posledica spremenjenih prehrabnih navad, zato je sprejela usmeritev za pripravo sanacijskega programa družbe, ki naj bi zajel krčenje števila izdelkov in izboljševanje stroškovne učinkovitosti. Družba je za naložbe v osnovna sredstva namenila 75 mio SIT, kar se nanaša predvsem na posodobitev proizvodnje gorčice.

Mercator – Emba, d.d.

V prvem polletju leta 2005 je družba povečala fizični obseg prodaje lastnega proizvodnega programa in prihodke iz prodaje ter izboljšala poslovno uspešnost, kar je predvsem rezultat povečane prodaje na tuje trge. Družba je okrepila sodelovanje z multinacionalko McDonald's – obseg prodaje je razširila na trge Avstrije, Švice in Grčije, hkrati pa povečala prodajo trgovskima družbama Carrefour in Auchan v Franciji; prodaja na tuje trge predstavlja že 47 % vseh prihodkov iz prodaje. Konec januarja 2005 je začela s proizvodnjo desertnih prelivov, sirupov in nadevov na novi proizvodni liniji, ki predstavlja največjo investicijo preteklega leta. S tem je proizvodne zmogljivosti povečala na 5.000 ton letno ter bistveno izboljšala tudi tehnološke, varnostne in delovne pogoje. V prvem polletju je družba odprla dva nova lokala v verigi Santana Coffee Shop, in sicer v MC Ajdovščina ter v MC Zadar; lokala nista v lasti družbe, z njima upravljata zunanji najemnik oziroma matična družba – Mercator – H, d.o.o.

Mercator – Optima, d.o.o.

V primerjavi z letom 2004, ko je bilo v prvi polovici leta dokončanih kar nekaj projektov, sta bila letos v prvi polovici od večjih projektov realizirana le projekta za izgradnjo MC Zadar in TC Ajdovščina, adaptacije in Hura! diskonti pa potekajo po načrtu. Pri nekaterih projektih se še vedno pojavljajo težave z ureditvijo lokacijske in urbanistične dokumentacije. Z izvedbo del se je pričelo tudi v Čačku in Dobrinji, v kratkem pa se bodo pričela dela v Zemunu.

M Hotel, d.o.o.

S 1. 1. 2005 je prevzel poslovanje nov direktor družbe. Razvoj je usmerjen v vzpostavitev manjše verige hotelov, v kateri bo zajet mestni in poslovni turizem. V ta namen je družba že konec leta 2004 kupila Hotel Bor v Preddvoru ter Hotel Planinka na Jezerskem od družbe Živila Kranj, d.d. V letu 2005 so naložbene aktivnosti družbe usmerjene v obnovo novih lokacij, za kar bo družba skušala pridobiti sredstva iz strukturnih skladov Evropske unije za izboljšanje turistične ponudbe. Na obeh novih lokacijah družba uvaja utečene standarde poslovanja. Poleg tega družba načrtuje odkup hotel Kanin, ki je v lasti družbe Alpkomerc Tolmin, d.d.



RAČUNOVODSKO POROČILO SKUPINE MERCATOR

Sestava Skupine Mercator

V konsolidirane računovodske izkaze Skupine Mercator je poleg družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., vključenih 16 odvisnih družb, v katerih ima obvladujoča družba neposredno ali posredno večinski lastniški delež, in sicer:

I. TRGOVSKE DRUŽBE DOMA	
01.	Poslovni sistem Mercator, d.d.
02.	Mercator – SVS, d.d.
03.	Mercator – Dolenjska, d.d. (maloprodajna in veleprodajna dejavnost družbe je bila s 1. 1. 2005 prenesena na družbo Poslovni sistem Mercator, d.d.; družba je v fazi pripajanja)
04.	Mercator – Goriška, d.d. (maloprodajna dejavnost družbe je bila s 1. 4. 2005 prenesena na družbo Poslovni sistem Mercator, d.d.; družba je v fazi pripajanja)
05.	Živila Kranj, d.d. (družba je v fazi pripajanja k družbi Poslovni sistem Mercator, d.d.)
06.	Emona Maximarket, d.d. (družba je v fazi pripajanja k družbi Poslovni sistem Mercator, d.d.)
07.	Alpkomerc Tolmin, d.d. (prenos dejavnosti družbe na družbo Poslovni sistem Mercator, d.d., je načrtovan 1.1.2006)
08.	Mercator – Modna hiša, d.o.o. (družba je v fazi pripajanja k družbi Poslovni sistem Mercator, d.d.)
II. TRGOVSKE DRUŽBE NOVI TRGI	
09.	Mercator – H, d.o.o. (Hrvaška)
10.	Mercator – S, d.o.o. (Srbija)
11.	Mercator – BH, d.o.o. (Bosna in Hercegovina)
III. NETRGOVSKE DRUŽBE	
12.	Pekarna Grosuplje, d.d.
13.	Belpana, d.o.o.
14.	Eta, d.d.
15.	Mercator – Emba, d.d.
16.	Mercator – Optima, d.o.o.
17.	M Hotel, d.o.o.

Metodološka pojasnila h konsolidiranim računovodskim izkazom Skupine Mercator

V nadaljevanju so prikazani konsolidirani računovodski izkazi po Slovenskih računovodskih standardih (SRS), kot tudi konsolidirani računovodski izkazi po Mednarodnih standardih računovodskega poročanja (MSRP). Skladno z Uredbo in ZGD – H, ki je bila sprejeta 29. 12. 2004, morajo vse družbe, katerih vrednostni papirji so uvrščeni na enega izmed organiziranih trgov držav članic EU in ki sestavljajo konsolidirane računovodske izkaze, za poslovno leto, ki se začne s 1. 1. 2005 ali kasneje, pripraviti in objaviti konsolidirane računovodske izkaze na podlagi MSRP.

V Skupini Mercator sestavljamo revidirane konsolidirane računovodske izkaze v skladu z MSRP že od leta 1997, zato večjih težav ob sprejetju Uredbe in novele ZGD – H ni bilo. Skupina Mercator je tako že v letu 2005 pričela s poročanjem in objavljanjem skupinskih računovodskih izkazov po Mednarodnih standardih računovodskega poročanja (MSRP). Zaradi zagotavljanja primerljivosti je po MSRP prikazano tudi primerljivo obdobje I – VI 2004 in plan skupine za leto 2005.

Bistvene razlike med računovodskimi izkazi Skupine Mercator, pripravljenimi v skladu s SRS, in tistimi, ki so pripravljeni v skladu z MSRP se nanašajo na:

- Vrednotenje opredmetenih osnovnih sredstev: računovodska usmeritev Skupine Mercator v skladu z določbami SRS opredmetena osnovna sredstva vrednoti po nabavni vrednosti, v skladu z MSRP pa se opredmetena osnovna sredstva izkazujejo po pošteni vrednosti. Prilagoditev posledično vpliva tudi na spremembo postavke kapitala in na strošek amortizacije. Na dan 30. 6. 2005 je vrednost opredmetenih osnovnih sredstev po MSRP višja za 16.176 mio SIT. Strošek amortizacije opredmetenih osnovnih sredstev pa je v obdobju 1- 6 2005 za 158 mio SIT večji po MSRP kot po SRS.
- Pripoznavanje slabega imena: prenovljeni MSRP zahtevajo, da se predhodno pripoznano slabo ime odpravi z ustrezno prilagoditvijo postavke kapitala, novo nastalo slabo ime, to je razlika med pošteno vrednostjo neto premoženja prevzetega podjetja in njegovo tržno ceno, pa se ne pripozna kot posebna kategorija, ampak se takoj v celoti odpravi preko postavk izkaza poslovnega izida. Na dan 30. 6. 2005 znaša slabo ime, pripoznano med dolgoročnimi rezervacijami, po SRS 6.776 mio SIT, medtem ko je po MSRP, skladno s standardom MSRP 3, v celoti prenesen v kapital.
- Evidentiranje izpeljanih finančnih inštrumentov: v skladu s SRS izpeljani finančni inštrumenti računovodsko niso evidentirani, MSRP pa zahtevajo izkazovanje med postavkami bilance stanja. Na dan 30. 6. 2005 je tako v konsolidirani bilanci stanja med dolgoročnimi finančnimi obveznostmi v pasivi evidentiran izpeljan finančni inštrument (»interest rate swap«) v višini 17 mio SIT.

Vsi računovodski izkazi Skupine Mercator za obdobje 1-6 2005 so nerevidirani.

Konsolidirani računovodski izkazi Skupine Mercator po SRS

Konsolidirani izkaz poslovnega izida

v 000 SIT

	Vrsta prihodka / odhodka / stroška	1-6 2004 SRS	Plan 2005 SRS	1-6 2005 SRS	Indeks	Indeks
1	2	3	4	5	6=5/3	7=5/4
A.	Čisti prihodki iz prodaje	179.618.506	383.418.465	193.300.196	107,6	50,4
1.	Prihodki od prodaje proizvodov	2.766.873	7.391.796	3.080.547	111,3	41,7
2.	Prihodki od prodaje storitev	9.265.587	17.530.232	10.838.493	117,0	61,8
3.	Prihodki od prodaje blaga in materiala	167.586.046	358.496.437	179.381.155	107,0	50,0
B.	Proizvajalni stroški prodanih proizvodov oz. nabavna vrednost prodanega blaga	-129.842.845	-278.050.685	-139.710.493	107,6	50,2
1.	Proizvajalni stroški	-4.798.723	-10.007.565	-5.109.813	106,5	51,1
2.	Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala brez cassascontov	-127.046.619	-271.972.551	-136.740.411	107,6	50,3
3.	Prejeti cassasconti	2.061.174	3.964.534	2.189.673	106,2	55,2
4.	Drugi poslovni odhodki	-58.676	-35.103	-49.942	85,1	142,3
C.	Kosmati poslovni izid iz prodaje	49.775.662	105.367.780	53.589.703	107,7	50,9
Č.	Stroški prodajanja	-36.247.223	-75.077.700	-39.093.186	107,9	52,1
D.	Stroški splošnih dejavnosti	-9.637.722	-20.034.827	-10.358.311	107,5	51,7
E.	Drugi poslovni prihodki	1.974.727	3.227.789	2.627.244	133,0	81,4
F.	Poslovni izid iz poslovanja	5.865.443	13.483.042	6.765.450	115,3	50,2
G.	Finančni prihodki iz deležev	257.954	6.826	1.536.921	595,8	22.515,7
H.	Finančni prihodki iz dolgoročnih terjatev	317.561	35.012	377.996	119,0	1.079,6
I.	Finančni prihodki iz kratkoročnih terjatev	483.091	854.406	602.959	124,8	70,6
J.	Finančni odhodki za odpise dolg. in kratk. finančnih naložb	-171.563	-12.456	-30.994	18,1	248,8
K.	Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti	-3.684.099	-7.572.388	-2.675.749	72,6	35,3
L.	Čisti poslovni izid iz rednega delovanja	3.068.387	6.794.443	6.576.584	214,3	96,8
M.	Izredni prihodki	97.794	61.935	142.558	145,8	230,2
N.	Izredni odhodki	-195.210	-26.250	-75.135	38,5	286,2
O.	Poslovni izid zunaj rednega delovanja	-97.416	35.685	67.423	-	188,9
P.	Davek iz dobička	-139.468	-736.221	-993.134	712,1	134,9
R.	Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	2.831.503	6.093.907	5.650.873	199,6	92,7
S.	Čisti poslovni izid manjšinskega lastnika	48.063	77.757	47.454	98,7	61,0
T.	Čisti poslovni izid večinskega lastnika	2.783.440	6.016.150	5.603.420	201,3	93,1
U.	Število zaposlenih iz ur	14.209	14.605	14.752	103,8	101,0
V.	Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo	12.449.575	27.409.837	16.176.466	129,9	59,0

Konsolidirana bilanca stanja

v 000 SIT

Zap. št.	Vrsta sredstev oziroma virov	31.12.2004 SRS	Plan 31.12.2005 SRS	30.6.2005 SRS	Struktura 30.6. 2005	Indeks 30.6.2005 / 31.12.2004	30.6.2005 / Plan
1	2	3	4	5	6	7=5/3	8=5/4
	SREDSTVA						
A.	STALNA SREDSTVA	199.058.068	218.265.297	212.925.818	74,0%	107,0	97,6
I.	Neopredmetena dolgoročna sredstva	1.365.729	707.773	1.137.988	0,4%	83,3	160,8
II.	Opredmetena osnovna sredstva	194.546.834	214.541.730	209.017.962	72,6%	107,4	97,4
III.	Dolgoročne finančne naložbe	1.455.181	2.106.117	1.601.406	0,6%	110,0	76,0
IV.	Dolgoročno dana posojila in depoziti	1.690.324	909.677	1.168.463	0,4%	69,1	128,4
B.	GIBLJIVA SREDSTVA	73.956.579	68.947.266	72.857.684	25,3%	98,5	105,7
I.	Zaloge	39.120.156	39.903.113	40.001.218	13,9%	102,3	100,2
II.	Poslovne terjatve	31.124.160	24.433.618	29.930.950	10,4%	96,2	122,5
A.	Dolgoročne poslovne terjatve	340.762	338.572	330.140	0,1%	96,9	97,5
B.	Kratkoročne poslovne terjatve	30.783.398	24.095.046	29.600.810	10,3%	96,2	122,9
III.	Kratkoročne finančne naložbe	1.048.262	2.107.766	998.359	0,3%	95,2	47,4
IV.	Dobroimetje pri bankah, čeki in gotovina	2.664.001	2.502.768	1.927.156	0,7%	72,3	77,0
C.	AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	229.832	913.568	2.060.038	0,7%	896,3	225,5
	SKUPAJ SREDSTVA	273.244.479	288.126.131	287.843.540	100,0%	105,3	99,9
	OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV						
A.	KAPITAL	90.649.469	93.934.462	95.813.673	33,3%	105,7	102,0
I.	Kapital večinskega lastnika	88.338.514	92.295.513	94.254.388	32,7%	106,7	102,1
II.	Kapital manjšinskih lastnikov	2.310.955	1.638.949	1.559.285	0,5%	67,5	95,1
B.	REZERVACIJE	11.783.074	7.882.240	10.605.986	3,7%	90,0	134,6
C.	FINANČNE IN POSLOVNE OBVEZNOSTI	169.091.571	184.593.806	177.753.606	61,8%	105,1	96,3
I.	Dolgoročne finančne obveznosti	62.918.609	71.394.039	67.193.129	23,3%	106,8	94,1
II.	Dolgoročne poslovne obveznosti	7.944.468	16.271.677	17.768.111	6,2%	223,7	109,2
III.	Kratkoročne finančne obveznosti	47.512.400	42.998.930	47.510.353	16,5%	100,0	110,5
IV.	Kratkoročne poslovne obveznosti	50.716.094	53.929.161	45.282.013	15,7%	89,3	84,0
D.	PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	1.720.365	1.715.623	3.670.275	1,3%	213,3	213,9
	SKUPAJ OBVEZ. DO VIROV SREDSTEV	273.244.479	288.126.131	287.843.540	100,0%	105,3	99,9

Konsolidirani izkaz finančnega izida

v 000 SIT

Zap. št.	Finančni tokovi	Plan 1-12 2005	1-6 2005
1	2	3	4
A	FINANČNI TOKOVI PRI POSLOVANJU		
I	Pritoki pri poslovanju	388.249.036	195.433.003
1	Poslovni prihodki	387.146.254	195.927.441
2	Izredni prihodki, ki se nanašajo na poslovanje	61.935	142.558
3	Začetne manj končne poslovne terjatve	968.064	1.193.210
4	Začetne manj končne aktivne kratkoročne časovne razmejitve	72.783	-1.830.205
II	Odtoki pri poslovanju	-357.357.189	-177.428.300
1	Poslovni odhodki brez amortizacije in dolg.rezervacij	-355.643.283	-181.818.439
2	Izredni odhodki, ki se nanašajo na poslovanje	-26.250	-75.135
3	Davki iz dobička in drugi davki, ki niso zajeti v posl.odhodkih	-736.221	-993.134
4	Končne manj začetne zaloge	2.796.492	-881.062
5	Začetni manj končni poslovni dolgovi	-3.773.621	4.389.562
6	Začetne manj končne pasivne kratkoročne časovne razmejitve	25.694	1.949.908
III	PREBITEK PRITOKOV (ODTOKOV) PRI POSLOVANJU	30.891.847	18.004.703
B	FINANČNI TOKOVI PRI NALOŽBENJU		
I	Pritoki pri naložbenju	6.132.962	1.962.459
1	Finančni prihodki, ki se nanašajo na naložbenje (razen zaradi prevredn.)	6.826	1.536.921
2	Pobotano zmanjšanje dolg.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	4.478.302	375.636
3	Pobotano zmanjšanje kratk.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	1.647.834	49.903
II	Odtoki pri naložbenju	-30.543.475	-21.617.930
1	Finančni odhodki, ki se nanašajo na naložbenje (razen zaradi prevredn.)	-12.456	-30.994
2	Pobotano povečanje neop.dolg.sredstev (razen zaradi prevredn.)	-89.259	-30.638
3	Pobotano povečanje opredm.osn.sredstev (razen zaradi prevredn.)	-30.441.760	-21.556.298
4	Pobotano povečanje dolg.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	0	0
5	Pobotano povečanje kratk.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	0	0
III	PREBITEK PRITOKOV (ODTOKOV) PRI NALOŽBENJU	-24.410.513	-19.655.471
C	FINANČNI TOKOVI PRI FINANCIRANJU		
I	Pritoki pri financiranju	8.659.725	5.255.476
1	Finančni prihodki, ki se nanašajo na financiranje (razen zaradi prevredn.)	889.418	980.956
2	Povečanje kapitala (brez čistega dobička oz. izgube poslovnega leta)	0	0
3	Pobotano povečanje dolg.fin.dolgov (razen zaradi prevredn.)	7.770.307	4.274.520
II	Odtoki pri financiranju	-15.001.861	-4.341.553
1	Finančni odhodki, ki se nanašajo na financiranje (razen zaradi prevredn.)	-7.572.388	-2.675.749
2	Zmanjšanje kapitala (brez čiste izgube poslovnega leta)	-805.843	-486.670
3	Pobotano zmanjšanje dolg.rezervacij (razen zaradi prevredn.)	-1.079.007	-1.177.088
4	Pobotano zmanjšanje kratk.finančnih dolgov (razen zaradi prevredn.)	-3.779.946	-2.047
5	Zmanjšanje obveznosti do lastnikov iz delitve dobička (izplačilo dividend,...)	-1.764.677	0
III	PREBITEK PRITOKOV (ODTOKOV) PRI FINANCIRANJU	-6.342.136	913.923
Č	KONČNO STANJE DENARNIH SREDSTEV IN NJIHOVIH USTREZNIKOV	2.502.767	1.927.156
I	Finančni izid v obdobju	139.198	-736.845
II	Začetno stanje denarnih sredstev in njihovih ustreznikov	2.363.569	2.664.001

Konsolidirani izkaz gibanja kapitala

v 000 SIT

	I. Vpoklicani kapital	II. Kapitalske rezerve	III. Rezerve iz dobička			IV. Preneseni čisti posl. izid	V. Čisti posl. izid posl. leta	VI. Prevred. popravki kapitala		VII. Prevedbeni popravek kapitala	Skupaj
	1. Osnovni kapital		1. Zakonske rezerve	2. Rezerve za lastne delnice / deleže	3. Druge rezerve iz dobička	1. Preneseni čisti dobiček / izguba	1. Čisti dobiček posl. leta	1. Splošni prevred. popravek kapitala	2. Posebni prevred. popravek kapitala		
Stanje 31. decembra 2004	32.085.040	652.538	3.208.504	0	22.515.885	-3.171.765	4.013.116	29.432.669	67.156	-464.629	88.338.514
Premiki v kapital	0	0	0	0	0	0	5.603.420	0	0	312.455	5.915.875
Vnos čistega poslovnega izida poslovnega leta	0	0	0	0	0	0	5.603.420	0	0	0	5.603.420
Povečanje prevedbenih valutnih razlik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	312.455	312.455
Premiki v kapitalu	0	0	0	0	0	4.013.116	-4.013.116	0	0	0	0
Razporeditev čistega dobička za oblikovanje rezerv po sklepu uprave / NS	0	0	0	0	0	4.013.116	-4.013.116	0	0	0	0
Stanje večinskega kapitala 30. junija 2005	32.085.040	652.538	3.208.504	0	22.515.885	841.351	5.603.420	29.432.669	67.156	-152.174	94.254.388
Stanje manjšinskega kapitala 30. junija 2005	350.559	142.402	41.818	15.842	206.618	349.372	47.454	405.038	182	0	1.559.285
Stanje večinskega in manjšinskega kapitala 30. junija 2005	32.435.599	794.940	3.250.322	15.842	22.722.503	1.190.723	5.650.873	29.837.707	67.338	-152.174	95.813.673

Komentar h konsolidiranim računovodskim izkazom

POJASNILA H KONSOLIDIRANEMU IZKAZU POSLOVNEGA IZIDA

- **Čisti prihodki iz prodaje**

Čisti prihodki iz prodaje v opazovanem obdobju znašajo 193.300 mio SIT in dosegajo 50,4 % planiranih v letu 2005. Od tega se 92,8 % nanaša na prihodke, ustvarjene pri prodaji blaga in materiala; preostalih 7,2 % pa izvira iz prihodkov od prodaje proizvodov in storitev ter usredstvenih lastnih učinkov. 96 % čistih prihodkov iz prodaje je bilo ustvarjenih v trgovski dejavnosti, preostalih 4 % pa v netrgovski dejavnosti.

Čisti prihodki iz prodaje po področnih odsekih so prikazani v naslednji preglednici:

v 000 SIT					
v tisoč SIT	1- 6 2004	Plan 2005	1- 6 2005	Indeks 1-6 2005 / 1-6 2004	Indeks 1-6 2005 / Plan 2005
1	2	3	4	5=4/2	6=4/3
Trgovina	176.441.811	376.592.702	189.644.187	107,5	50,4
- doma	154.187.406	314.328.263	162.443.800	105,4	51,7
- tujina	22.254.405	62.264.440	27.200.387	122,2	43,7
Netrgovina	8.170.862	17.147.382	7.883.781	96,5	46,0
Zbirni prihodki	184.612.673	393.740.084	197.527.968	107,0	50,2
Izločitve med odseki	-4.994.167	-10.321.619	-4.227.772	84,7	41,0
Konsolidirani prihodki	179.618.506	383.418.465	193.300.196	107,6	50,4

- **Proizvajalni stroški prodanih proizvodov**

Stroški prodanih količin, ki vključujejo proizvodjalne stroške ter nabavno vrednost prodanega blaga in materiala, znašajo v opazovanem obdobju 139.710 mio SIT in dosegajo 50,2 % planiranih za leto 2005. Nabavno vrednost prodanega znižujejo prejeti cassasconti v višini 2.190 mio SIT, ki so doseženi v višini 55,2 % planiranih za leto 2005.

- **Kosmati poslovni izid iz prodaje**

Kosmati poslovni izid iz prodaje je v prvi polovici leta 2005 realiziran v višini 53.590 mio SIT in dosega 50,9 % planiranega za leto 2005. Delež kosmatega dobička v čistih prihodkih iz prodaje znaša 27,7 %, za celo leto 2005 pa je načrtovan delež 27,5 %.

- **Stroški prodajanja in splošnih dejavnosti**

Stroški prodajanja in splošnih dejavnosti znašajo 49.452 mio SIT in dosegajo 52 % planiranih za leto 2005. Med stroški prodajanja in splošnih dejavnosti največji del predstavljajo stroški dela, stroški storitev in amortizacija.

Pregled stroškov po naravnih vrstah

v 000 SIT

	Vrsta stroška	1-6 2004 SRS	Plan 2005 SRS	1-6 2005 SRS	Struktura 1-6 2005	Indeks	Indeks
1	2	3	4	5	6	7=5/3	8=5/4
1	STROŠKI MATERIALA	6.351.509	14.006.333	6.838.192	12,7%	107,7	48,8
2	STROŠKI STORITEV	11.599.080	25.060.955	12.388.714	23,1%	106,8	49,4
3	AMORTIZACIJA	6.473.371	14.519.428	7.415.301	13,8%	114,6	51,1
4	REZERVACIJE	20.000	499	0	0,0%	-	-
5	STROŠKI DELA	25.108.085	52.664.668	26.395.729	49,2%	105,1	50,1
6	DRUGI STROŠKI	721.659	1.209.238	613.394	1,1%	85,0	50,7
7	SKUPAJ STROŠKI	50.273.704	107.461.121	53.651.329	100,0%	106,7	49,9

Največji delež stroškov v strukturi stroškov po naravnih vrstah predstavljajo stroški dela in sicer 49,2 %. Stroški dela se v obdobju 1-6 2005 zajedajo v kosmati poslovni izid v višini 49,3 %, kar je za 1,1 odstotne točke manj kot v obdobju 1-6 2004 ter 0,7 odstotne točke manj kot v planu za leto 2005. Stroški dela se relativno znižujejo zaradi pozitivnih učinkov racionalizacije poslovanja ter števila zaposlenih s pripojitvami trgovskih družb na domačem trgu.

Stroški storitev imajo drugi največji delež v strukturi stroškov po naravnih vrstah in sicer 23,1 %, kar je enako kot v obdobju 1-6 2004 ter za 0,2 odstotne točke manj kot v planu za leto 2005. Pomemben delež, ki ga predstavljajo ti stroški, je predvsem posledica intenzivnih marketinških aktivnosti Skupine Mercator na vseh trgih delovanja.

Stroški amortizacije so glede na primerljivo obdobje lani porasli za 14,6 %, kar je predvsem posledica odprtja večjega števila maloprodajnih enot v drugi polovici leta 2004 in v začetku leta 2005, med katerimi sta najpomembnejša Mercatorjev center v Osijeku in Zadru.

Med stroški splošnih dejavnosti so evidentirane tudi izgube pri prodaji osnovnih sredstev, ki so realizirane v višini 45 mio SIT, odpisi v višini 4 mio SIT in popravki vrednosti terjatev, ki so realizirani v višini 444 mio SIT.

• Drugi poslovni prihodki

Drugi poslovni prihodki znašajo 2.627 mio SIT, od česar se 372 mio SIT nanaša na dobiček pri prodaji osnovnih sredstev, 710 mio SIT na poslovne prihodke zaradi odpisa obveznosti iz preteklih let, 1.113 mio SIT na odpravo slabega imena in 432 mio SIT na druge poslovne prihodke. Drugi poslovni prihodki dosegajo 81,4 % planiranih v letu 2005.

• Poslovni izid iz poslovanja

Poslovni izid iz poslovanja je realiziran v višini 6.765 mio SIT in je za 900 mio SIT oziroma 15,3 % višji od realiziranega v obdobju 1-6 2004 ter dosega 50,2 % planiranega za leto 2005.

- **Finančni prihodki in odhodki**

Finančni prihodki iz deležev znašajo v obdobju 1-6 2005 1.537 mio SIT, kar je za 1.279 mio SIT več v primerjavi z enakim obdobjem lani. Finančni prihodki iz deležev se nanašajo predvsem na dobiček pri prodaji delnic družbe Sava, d.d., v višini 1.487 mio SIT.

Finančni prihodki iz dolgoročnih in kratkoročnih terjatev znašajo v obdobju 1-6 2005 981 mio SIT, od česar se 247 mio SIT nanaša na zamudne obresti, 91 mio SIT na redne obresti, ostalo pa predstavljajo drugi finančni prihodki, med katerimi so najpomembnejši prihodki od finančnih provizij in prihodki od prevrednotenja kratkoročnih terjatev in obveznosti zaradi ohranitve vrednosti.

Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti znašajo v opazovanem obdobju 2.676 mio SIT in se nanašajo predvsem na odhodke od rednih obresti posojil poslovnih bank. V opazovanem obdobju dosegajo 35,3 % planiranih za leto 2005 ter 72,6 % ustvarjenih v enakem obdobju preteklega leta. Precej nižji so zaradi racionalnega zadolževanja in padca obrestnih mer v Sloveniji ter doseganja vse boljših pogojev pri tujih bankah.

Finančni odhodki za odpise dolgoročnih in kratkoročnih finančnih naložb v opazovanem obdobju znašajo 31 mio SIT, kar je za 141 mio SIT manj kot v enakem obdobju lani, vendar presegajo planirane za leto 2005 za 148,8 %.

- **Poslovni izid iz rednega delovanja**

Poslovni izid iz rednega delovanja je realiziran v višini 6.577 mio SIT in dosega 96,8 % planiranega za leto 2005.

- **Poslovni izid zunaj rednega delovanja**

Poslovni izid zunaj rednega delovanja znaša v opazovanem obdobju 67 mio SIT. Izredni prihodki v višini 143 mio SIT v pretežni meri izvirajo iz odpisanih oziroma izterjanih terjatev, narave subvencij in prejetih odškodnin, izredni odhodki v višini 75 mio SIT pa se v pretežni meri nanašajo na odškodnine, ki izvirajo iz denacionalizacijskih zahtevkov.

- **Čisti poslovni izid obračunskega obdobja**

Čisti poslovni izid obračunskega obdobja znaša v opazovanem obdobju 5.651 mio SIT in dosega 92,7 % celoletnega planiranega za leto 2005, tudi na račun prodaje delnic družbe Sava, d.d.; čisti poslovni izid bi sicer znašal 4.163 mio SIT, kar je za 47 % več od čistega poslovnega izida v obdobju 1-6 2004, in dosegel 68,3 % planiranega za leto 2005. Pri tem znaša čisti poslovni izid večinskega lastnika 5.603 mio SIT, manjšinskih lastnikov pa 48 mio SIT. Nižji poslovni izid večinskega lastnika od doseženega v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., je posledica izločitve medsebojnih transakcij poslovanja družb Skupine Mercator.

- **Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo**

Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo Skupine Mercator znaša v opazovanem obdobju 16.177 mio SIT, kar je za 29,9 % več glede na obdobje 1-6 2004 in predstavlja 59 % planiranega za leto 2005.

POJASNILA H KONSOLIDIRANI BILANCI STANJA

- **Osnovna sredstva**

Vrednost osnovnih sredstev na dan 30. 6. 2005 znaša 210.156 mio SIT in se je v primerjavi s stanjem 31. 12. 2004 povečala za 14.243 mio SIT. Sprememba se nanaša na:

Investicije v osnovna sredstva v obdobju 1 - 6 2005	+	21.371 mio SIT
Amortizacija	-	7.344 mio SIT
Odpravo dobrega imena	-	72 mio SIT
Odprodajo osnovnih sredstev	-	706 mio SIT
Tečajne razlike (Mercator - H, d.o.o., M - BH, d.o.o., in Mercator - S, d.o.o.)	+	1.447 mio SIT
Odpisi in ostale spremembe	-	453 mio SIT
Skupaj spremembe	=	14.243 mioSIT

- **Dolgoročne finančne naložbe**

Dolgoročne finančne naložbe na dan 30. 6. 2005 znašajo 1.601 mio SIT in so v primerjavi s stanjem na 31. 12. 2004 zvišale za 10 %, predvsem zaradi nakupa deleža v družbah Emona Maximarket, d.d., in Alpkomerc Tolmin, d.d.

- **Dolgoročna dana posojila in depoziti**

Vrednost dolgoročno danih posojil in depozitov na dan 30. 6. 2005 znaša 1.168 mio SIT in se je glede na stanje na začetku leta zmanjšala za 30,9 %. V največji meri se nanašajo na posojilo družbe Živila Kranj, d.d., družbi Savski otok, d.o.o., v višini 883 mio SIT, preostalo pa predstavljajo posojila raznim pravnim in fizičnim osebam do višine 50 mio SIT.

- **Zaloge**

Zaloge surovin, materiala in trgovskega blaga na dan 30. 6. 2005 znašajo 40.001 mio SIT, v strukturi kratkoročnih sredstev pa predstavljajo 13,9 %. V primerjavi s stanjem na začetku leta se je stanje zalog povečalo za 881 mio SIT, predvsem zaradi odprtja MC Osijek in MC Zadar ter drugih maloprodajnih enot.

- **Poslovne terjatve**

Poslovne terjatve na dan 30. 6. 2005 znašajo 29.931 mio SIT, od česar se 29.601 mio SIT nanaša na kratkoročne poslovne terjatve, ki so se glede na stanje na začetku leta zmanjšale za 1.182 mio SIT zaradi nesorazmernega plačevanja izrednih komercialnih bonitet v primerjavi z računovodskim evidentiranjem le-teh.

- **Kratkoročne finančne naložbe**

Kratkoročne finančne naložbe so se v primerjavi z začetkom leta zmanjšale za 4,8 % oz. za 50 mio SIT in na dan 30. 6. 2005 znašajo 998 mio SIT.

- **Aktivne časovne razmejitve**

Po stanju 30. 6. 2004 znašajo aktivne časovne razmejitve 2.060 mio SIT in se nanašajo na prehodno nezaračunane prihodke iz naslova evidenčne embalaže, zavarovalnih premij ter drugih odloženih stroškov

- **Kapital**

	31.12.2004	30.6.2005
Kapital večinskega lastnika	88.339 mio SIT	94.255 mio SIT
Kapital manjšinskih lastnikov	2.311 mio SIT	1.559 mio SIT
Skupaj	90.650 mio SIT	95.814 mio SIT

Kapital Skupine Mercator se v višini 94.255 mio SIT nanaša na večinski kapital skupine in 1.559 mio SIT na manjšinski kapital skupine. Večinski kapital se je v obdobju 1 - 6 2005 povečal za večinski dobiček Skupine Mercator v višini 5.603 mio SIT in za prevedbeni popravek kapitala v višini 312 mio SIT, ki se nanaša na pozitivne tečajne razlike pri naložbah v odvisne družbe na novih trgih.

- **Dolgoročne rezervacije**

Na dan 30. 6. 2005 znaša stanje dolgoročnih rezervacij 10.607 mio SIT in se je glede na stanje na začetku leta zmanjšalo za 1.176 mio SIT. Spremembe se nanašajo predvsem na :

Stanje 31. decembra 2004		11.783 mio SIT
Povečanje slabega imena zaradi povečanja lastniškega deleža matične družbe v družbi Alpkomerc, d.d.	+	228 mio SIT
Oblikovane dolgoročne rezervacije za druge namene	+	6 mio SIT
Zmanjšanje dolgoročnih rezervacij za druge namene	-	137 mio SIT
Zmanjšanje dolgoročnih rezervacij za velika popravila	-	161 mio SIT
Odpravo slabega imena na nivoju Skupine Mercator	-	1.113 mio SIT
Učinek tečajnih razlik	+	0,6 mio SIT
Stanje 30. junija 2005	=	10.607 mio SIT

- **Finančne obveznosti**

Dolgoročne finančne obveznosti na dan 30. 6. 2004 znašajo 67.193 mio SIT in so se v primerjavi z začetkom leta povečale za 4.274 mio SIT oziroma za 6,8 %. Vzrok za povečanje je predvsem v izboljševanju same strukture zadolženosti v Skupini Mercator.

Kratkoročne finančne obveznosti so glede na začetek leta ostale na približno enaki ravni. Največji delež kratkoročnih obveznosti iz financiranja se nanaša na kratkoročna posojila poslovnih bank.

V primerjavi z začetkom leta se je ročnost finančnih obveznosti spremenila, tako da v strukturi finančnih obveznosti predstavljajo dolgoročne finančne obveznosti 58,6 %, kratkoročne pa 41,4 %.

- **Poslovne obveznosti**

Dolgoročne poslovne obveznosti znašajo 17.768 mio SIT in so se v primerjavi z začetkom leta povečale za 9.823 mio SIT. Povečanje se nanaša predvsem na sklenitev finančnega najema za MC Osijek in MC Zadar, ter izboljšanje strukture zadolženosti v Skupini Mercator.

Kratkoročne poslovne obveznosti znašajo 45.282 mio SIT in so se v primerjavi z začetkom leta zmanjšale za 10,7 %, kar je predvsem posledica večjih nabav ob koncu leta in pravočasnega plačevanja obveznosti dobaviteljem zaradi izkoriščanja cassascontov.

- **Pasivne časovne razmejitve**

Po stanju na dan 30. 6. 2005 znašajo pasivne časovne razmejitve 3.670 mio SIT in se nanašajo predvsem na vnaprej vračunane stroške regresa za prehrano med delom in stroške dodatnega prostovoljnega pokojninskega zavarovanja.

Računovodski kazalniki Skupine Mercator

	Skupina Mercator SRS		
	1 - 6 2004	Plan 2005	1 - 6 2005
Kazalniki dobičkonosnosti			
Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala *	6,6%	6,9%	12,5%
Koeficient čiste dobičkonosnosti prihodkov	1,6%	1,6%	2,9%
Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala **	6,6%	6,9%	9,2%
Koeficient čiste dobičkonosnosti prihodkov **	1,6%	1,6%	2,2%
Koeficient dividendnosti osnovnega kapitala	-	-	-
Kazalniki finančne strukture			
Stopnja lastniškosti financiranja	34,1%	32,6%	33,3%
Stopnja dolgoročnosti financiranja	64,4%	65,8%	66,5%
Delež kapitala in dolgoročnih rezervacij v pasivi	37,8%	35,3%	37,0%
Delež finančnih obveznosti v pasivi	44,3%	45,3%	46,0%
Finančne obveznosti in obveznosti iz finančnega najema/lastniški kapital in dolgoročne rezervacije	117,1%	128,2%	124,5%
Dolgoročna pokritost stalnih sredstev	87,3%	86,8%	89,9%
Kazalniki stanja investiranja			
Stopnja osnovnosti investiranja	72,5%	74,7%	73,0%
Stopnja dolgoročnosti investiranja	73,3%	75,8%	74,0%
Kazalniki vodoravnega finančnega ustroja			
Koeficient kapitalske pokritosti osnovnih sredstev	47,3%	44,2%	45,6%
Koeficient neposredne pokritosti kratkoročnih obveznosti - hitri koeficient	0,04	0,05	0,03
Koeficient pospešene pokritosti kratkoročnih obveznosti - pospešeni koeficient	0,31	0,30	0,35
Koeficient kratkoročne pokritosti kratkoročnih obveznosti - kratkoročni koeficient	0,73	0,71	0,79
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo/obrestni odhodki	4,1	4,5	7,6
Kazalniki gospodarnosti in produktivnosti			
Koeficient gospodarnosti poslovanja	1,03	1,04	1,04
Prihodki na zaposlenega iz ur (v 000 SIT) *	25.282	26.253	26.207
Dodana vrednost na zaposlenega iz ur (v 000 SIT) *	5.286	5.438	5.772
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo/čisti prihodki iz prodaje	6,9%	7,1%	8,4%

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

** Kazalnik je izračunan na podlagi čistega poslovnega izida brez upoštevanja dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d.

Vsi kazalniki dobičkonosnosti in produktivnosti so izračunani na povprečno stanje postavk izkaza stanja v opazovanem obdobju. Kazalniki finančne strukture so izračunani po stanju na dan 30. 6. 2005. Dodana vrednost je izračunana kot vsota poslovnega izida pred davki, stroški amortizacije in obrestmi ter stroškov dela.

POJASNILA K POSLOVNI USPEŠNOSTI

Kazalniki dobičkonosnosti: Skupina Mercator je v prvem polletju 2005 precej presegla planirane kazalnike dobičkonosnosti za leto 2005, kar je posledica relativno visokih realiziranih prihodkov od komercialnih bonitet ter po drugi strani nizkih finančnih odhodkov zaradi nizkih bančnih obrestnih mer.

Pri kazalnikih finančne strukture, ki jih je z vidika finančne analize smiselno opazovati le na ravni Skupine Mercator, opazimo ugodnejšo sliko glede na planske kazalnike predvsem pri strukturi po ročnosti, poleg tega pa je kazalnik dolgoročne pokritosti dolgoročnih sredstev ponovno dosegel ciljno vrednost 90 %, ob koncu leta 2004 pa je znašal 87,1 %.

Kazalniki stanja investiranja, ki kažejo delež opredmetenih in neopredmetenih osnovnih sredstev oziroma dolgoročnih sredstev v skupnih sredstvih, prav tako kažejo na povečanje v prvem polletju leta 2005 ter približevanje planskemu razmerju.

Kar zadeva kazalnike vodoravnega finančnega ustroja oziroma kratkoročne plačilne sposobnosti je smiselno opazovati razmerje med poslovnim izidom pred davki, obrestmi in amortizacijo in obrestnimi odhodki. Kazalec je močno presegel planirano vrednost za leto 2005 ter tako kaže visoko kratkoročno plačilno sposobnost skupine.

Med kazalniki gospodarnosti in produktivnosti je za dejavnost pomembno merilo uspešnosti produktivnost, izmerjena kot razmerje med čistimi prihodki iz prodaje in številom zaposlenih iz ur. Skupina Mercator v prvem polletju leta 2005 dosega približno enako vrednost, kot je bila planirana za leto 2005.

Konsolidirani računovodski izkazi Skupine Mercator po MSRP

Konsolidirani izkaz poslovnega izida

v 000 SIT

	Vrsta prihodka / odhodka / stroška	1-6 2004 MSRP	Plan 2005 MSRP	1-6 2005 MSRP	Indeks	Indeks
1	2	3	4	5	6=5/3	7=5/4
A.	ČISTI PRIHODKI IZ PRODAJE	179.618.506	383.418.465	193.300.196	107,6	50,4
1.	Prihodki od prodaje proizvodov	2.766.873	7.391.796	3.080.547	111,3	41,7
2.	Prihodki od prodaje storitev	9.265.587	17.530.232	10.838.493	117,0	61,8
3.	Prihodki od prodaje blaga in materiala	167.586.046	358.496.437	179.381.155	107,0	50,0
B.	PROIZVAJALNI STROŠKI PRODANIH PROIZVODOV OZ. NABAVNA VREDNOST PROD. BLAGA	-129.827.629	-278.046.742	-139.663.044	107,6	50,2
1.	Proizvajalni stroški	-4.800.330	-10.007.423	-5.109.813	106,4	51,1
2.	Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala	-125.027.299	-268.039.319	-134.553.232	107,6	50,2
C.	KOSMATI POSLOVNI IZID OD PRODAJE	49.790.877	105.371.723	53.637.151	107,7	50,9
1.	Drugi neto poslovni prihodki	1.068.546	2.353.711	1.794.373	167,9	76,2
2.	Stroški prodajanja	-36.361.994	-75.226.787	-39.769.336	109,4	52,9
3.	Stroški splošnih dejavnosti	-9.797.048	-20.188.021	-9.990.215	102,0	49,5
Č.	POSLOVNI IZID IZ POSLOVANJA	4.700.381	12.310.627	5.671.974	120,7	46,1
1.	Finančni prihodki	1.058.606	1.058.179	2.517.877	237,8	237,9
2.	Finančni odhodki	-3.882.388	-7.600.939	-2.706.743	69,7	35,6
D.	POSLOVNI IZID (PRED OBDAVČITVIJO)	1.876.599	5.767.867	5.483.108	292,2	95,1
1.	Davek od dobička	-139.468	-736.221	-993.134	712,1	134,9
E.	POSLOVNI IZID OBRAČUNSKEGA OBDOBJA	1.737.131	5.031.646	4.489.974	258,5	89,2
F.	Dobiček večinskega lastnika	1.686.200	4.953.889	4.445.322	263,6	89,7
G.	Dobiček manjšinskega lastnika	50.932	77.757	44.651	87,7	57,4
H.	Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo	11.509.013	26.756.791	15.344.253	133,3	57,3

Konsolidirana bilanca stanja

v 000 SIT

Zap. št.	Vrsta sredstev oziroma virov	31.12. 2004 MSRP	Plan 31.12.2005 MSRP	30.6.2005 MSRP	Struktura 30.6.2005	Indeks	Indeks
1	2	3	4	5	6	7=5/3	8=5/4
	SREDSTVA						
A.	DOLGOROČNA SREDSTVA	215.642.189	234.200.495	229.166.611	75,4%	106,3	97,9
I.	Neopredmetena dolgoročna sredstva	1.260.349	600.095	1.149.731	0,4%	91,2	191,6
II.	Opredmetena osnovna sredstva	211.342.929	230.584.606	225.193.924	74,1%	106,6	97,7
III.	Izpeljani finančni instrumenti	35.865	0	0	0,0%	-	-
IV.	Dolgoročne finančne naložbe	3.003.046	3.015.794	2.822.956	0,9%	94,0	93,6
B.	KRATKOROČNA SREDSTVA	74.186.694	70.521.018	74.917.722	24,6%	101,0	106,2
I.	Zaloge	39.120.155	39.903.113	40.001.218	13,2%	102,3	100,2
II.	Druga finančna sredstva po poštenu vrednosti	1.048.223	2.107.766	998.360	0,3%	95,2	47,4
III.	Poslovne in druge terjatve	31.354.315	26.007.371	31.990.989	10,5%	102,0	123,0
IV.	Denarna sredstva in njihovi ustrezniki	2.664.001	2.502.768	1.927.156	0,6%	72,3	77,0
	SKUPAJ SREDSTVA	289.828.883	304.721.513	304.084.333	100,0%	104,9	99,8
A.	KAPITAL	114.501.273	116.269.922	118.439.615	38,9%	103,4	101,9
	Kapital večinskega lastnika	112.079.730	113.771.165	116.784.419	38,4%	104,2	102,6
I.	Delniški kapital	32.085.040	32.085.040	32.085.040	10,6%	100,0	100,0
II.	Druge rezerve	190.749	0	450.116	0,1%	236,0	-
III.	Zadržani dobički	79.803.941	81.686.125	84.249.263	27,7%	105,6	103,1
	Kapital manjšinskih lastnikov	2.421.543	2.498.757	1.655.196	0,5%	68,4	66,2
	OBVEZNOSTI						
B.	DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	71.761.554	89.870.979	85.695.336	28,2%	119,4	95,4
I.	Finančne obveznosti	71.101.603	89.141.880	84.992.859	28,0%	119,5	95,3
II.	Izpeljani finančni instrumenti	0	10.384	17.223	0,0%	-	165,9
III.	Obveznosti za pokojnine	659.951	718.715	685.255	0,2%	103,8	95,3
C.	KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	103.566.056	98.580.613	99.949.382	32,9%	96,5	101,4
I.	Finančne obveznosti	47.512.399	40.998.930	47.510.353	15,6%	100,0	85,4
II.	Poslovne in druge obveznosti	52.436.780	55.624.782	48.952.287	16,1%	93,4	119,4
III.	Dolgoročne rezervacije	3.616.877	1.956.900	3.486.742	1,1%	96,4	178,2
	SKUPAJ OBVEZNOSTI	175.327.610	188.451.592	185.644.718	61,1%	105,9	98,5
	SKUPAJ OBVEZ. DO VIROV SREDSTEV	289.828.883	304.721.514	304.084.333	100,0%	104,9	99,8

Konsolidirani izkaz finančnega izida

v 000 SIT

Zap. št.	Finančni tokovi	Plan 1 - 12 2005 MSRP	1 - 6 2005 MSRP
1	2	4	5
A	POSLOVANJE		
I	Pobotani denar iz poslovanja	15.818.950	5.468.475
1	Denar ustvarjen pri poslovanju	22.275.396	8.482.528
2	Prejemki pri obrestih	604.650	338.198
3	Izdatki za obresti	-6.324.875	-2.359.116
4	Izdatki za davke	-736.221	-993.134
B	NALOŽBENJE		
II	Pobotani denar, uporabljen pri naložbenju	-27.459.490	-9.507.041
1	Izdatki za nakup opredmetenih osnovnih sredstev	-26.792.428	-10.589.724
2	Izdatki za nakup neopredmetenih dolg. sredstev	-119.871	-175.051
3	Izdatki za nakup dolgoročnih finančnih naložb	-197.578	-1.408.536
4	Izdatki za nakup kratkoročnih finančnih naložb	-328.311	-1.398.981
5	Izdatki za dana posojila	-2.072.111	-2.218.270
6	Prejemki pri odtujitvi opredmetenih osnovnih sredstvih	1.828.065	1.035.043
7	Prejemki pri odtujitvi neopredmetenih dolg. sredstev	0	10.191
8	Prejemki od danih posojil	222.744	5.238.287
C	FINANCIRANJE		
III	Pobotani denar, uporabljen pri financiranju	11.537.256	3.295.397
1	Prejemki/izdatki pri danih dolgoročnih posojilih	11.537.256	3.295.397
2	Izdatki za dividende delničarjev	0	0
	Povečanje/(zmanjšanje) denarja in denarnih ustreznikov	-103.283	-743.170
IV	Gibanje denarja in denarnih ustreznikov		
1	Na začetku leta	2.664.001	2.664.001
2	Povečanje/(zmanjšanje)	-103.872	-743.170
3	Tečajne razlike	-57.360	6.325
	Na koncu leta	2.502.768	1.927.156

Konsolidirani izkaz gibanja kapitala

v 000 SIT

	I. Delniški kapital	II. Druge rezerve	III. Zadržani dobički	Manjšinski kapital	Skupaj
Stanje 1. januarja 2005	32.085.040	190.749	79.803.941	2.421.543	114.501.273
Čisti poslovni izid poslovnega leta	0	0	4.445.322	44.651	4.489.974
Varovanje denarnega toka pred tveganjem	0	-53.088	0	0	-53.088
Tečajne razlike	0	312.455	0	0	312.455
Sprememba lastniškega deleža v odvisnih podjetjih	0	0	0	-810.999	-810.999
Stanje kapitala 30. junija 2005	32.085.040	450.116	84.249.263	1.655.196	118.439.615

Računovodski kazalniki Skupine Mercator

	Skupina Mercator MSRP		
	1 - 6 2004	Plan 2005	1 - 6 2005
Kazalniki dobičkonosnosti			
Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala *	3,1%	4,5%	7,9%
Koeficient čiste dobičkonosnosti prihodkov	1,0%	1,3%	2,3%
Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala **	3,1%	4,5%	5,3%
Koeficient čiste dobičkonosnosti prihodkov **	1,0%	1,3%	1,6%
Koeficient dividendnosti osnovnega kapitala	-	-	-
Kazalniki finančne strukture			
Stopnja lastniškosti financiranja	41,0%	38,2%	38,9%
Stopnja dolgoročnosti financiranja	66,4%	68,1%	68,0%
Delež kapitala in dolgoročnih rezervacij v pasivi	41,4%	38,8%	40,1%
Delež finančnih obveznosti v pasivi	41,6%	42,7%	43,6%
Finančne obveznosti in obveznosti iz finančnega najema/lastniški kapital in dolgoročne rezervacije	100,4%	110,1%	108,7%
Dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev	88,2%	88,9%	90,3%
Kazalniki stanja investiranja			
Stopnja osnovnosti investiranja	74,1%	75,9%	74,4%
Stopnja dolgoročnosti investiranja	75,5%	76,9%	75,4%
Kazalniki vodoravnega finančnega ustroja			
Koeficient kapitalске pokritosti osnovnih sredstev	55,3%	50,3%	52,3%
Koeficient neposredne pokritosti kratkoročnih obveznosti - hitri koeficient	0,04	0,05	0,03
Koeficient pospešene pokritosti kratkoročnih obveznosti - pospešeni koeficient	0,33	0,32	0,36
Koeficient kratkoročne pokritosti kratkoročnih obveznosti - kratkoročni koeficient	0,73	0,73	0,78
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo/obrestni odhodki	3,7	4,2	6,5
Kazalniki gospodarnosti in produktivnosti			
Koeficient gospodarnosti poslovanja	1,06	1,06	1,03
Prihodki na zaposlenega iz ur (v 000 SIT) *	25.282	26.253	26.207
Dodana vrednost na zaposlenega iz ur (v 000 SIT) *	5.154	5.438	5.659
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo/čisti prihodki iz prodaje	6,4%	7,0%	7,9%

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

** Kazalnik je izračunan na podlagi čistega poslovnega izida brez upoštevanja dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d.

Računovodski izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.

Metodološka pojasnila k računovodskim izkazom družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.

Računovodski izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., so pripravljene v skladu z veljavnimi Slovenskimi računovodskimi standardi. Uprava in nadzorni svet družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., sta dala predlog za prehod na uporabo MSRP, o katerem bodo odločali delničarji na skupščini delničarjev dne 30. 8. 2005. Glede na to, da le ti predpisujejo uporabo knjigovodskega evidentiranja kapitalskih dobičkov, ustvarjenih v odvisnih družbah, kot sestavino kapitala, družba tako od 1. 1. 2004 dalje knjigovodsko evidentira kapitalске dobičke, ustvarjene v odvisnih družbah, kot posebne prevrednotovalne popravke kapitala v bilanci stanja in ne več kot finančne prihodke v izkazu poslovnega izida.

V skladu z novo računovodsko usmeritvijo so izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., za obdobje 1 - 6 2004 in plan 1 - 12 2005 zaradi primerljivosti z obdobjem 1 - 6 2005 prilagojeni tako, da so med finančnimi prihodki iz deležev v izkazu poslovnega izida izločene udeležbe v dobičkih odvisnih podjetij, pri čemer so udeležbe izkazane v kapitalu družbe v bilanci stanja.

V času uporabe te metode knjigovodskega evidentiranja kapitalskih dobičkov se dobički odvisnih družb niso izplačevali matični družbi, temveč so bili namenjeni izključno reinvestiranju družb, ki so jih ustvarile, v skladu s strategijo Skupine Mercator, ki je usmerjena v dolgoročni razvoj celotne skupine.

Vsi računovodski izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., za obdobje 1-6 2005 so nerevidirani.

Izkaz poslovnega izida

v 000 SIT

	Vrsta prihodka / odhodka / stroška	1-6 2004 *	Plan 2005 *	1-6 2005	Indeks	Indeks
1	2	3	4	5	6=5/3	7=5/4
A.	Čisti prihodki iz prodaje	104.672.221	260.275.033	132.285.743	126,4	50,8
1.	Prihodki od prodaje proizvodov	67.426	142.908	189.988	281,8	132,9
2.	Prihodki od prodaje storitev	7.816.342	15.754.168	8.666.265	110,9	55,0
3.	Prihodki od prodaje blaga in materiala	96.934.349	244.749.999	123.505.720	127,4	50,5
4.	Zmanjšanje prihodkov za dane cassasconte in naknadne popuste	-145.896	-372.042	-76.230	52,2	20,5
B.	Proiz. str. prodanih proizvodov oz. nabavna vred. prod. blaga	-74.995.105	-190.830.193	-97.112.932	129,5	50,9
1.	Proizvajalni stroški	-68.977	-152.036	-74.225	107,6	48,8
2.	Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala	-74.923.757	-190.678.157	-97.023.224	129,5	50,9
3.	Drugi poslovni odhodki	-2.371	0	-15.483	653,0	-
C.	Kosmati poslovni izid iz prodaje	29.677.116	69.444.840	35.172.811	118,5	50,6
Č.	Stroški prodajanja	-19.570.061	-45.764.321	-24.023.548	122,8	52,5
D.	Stroški splošnih dejavnosti	-5.881.808	-15.340.143	-6.315.391	107,4	41,2
E.	Drugi poslovni prihodki	97.409	1.386.658	556.628	571,4	40,1
F.	Poslovni izid iz poslovanja	4.322.656	9.727.034	5.390.500	124,7	55,4
G.	Finančni prihodki iz deležev	1.197.280	0	2.285.645	190,9	-
H.	Finančni prihodki iz dolgoročnih terjatev	72.517	156.000	22.304	30,8	14,3
I.	Finančni prihodki iz kratkoročnih terjatev	234.388	660.000	272.242	116,2	41,2
J.	Finančni odhodki za odpise dolg. in kratk. finančnih naložb	-660.821	-1.140.847	-564.753	85,5	49,5
K.	Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti	-2.218.928	-4.580.561	-1.734.251	78,2	37,9
L.	Čisti poslovni izid iz rednega delovanja	2.947.092	4.821.626	5.671.687	192,5	117,6
M.	Izredni prihodki	12.171	0	30.077	247,1	-
N.	Izredni odhodki	-172.032	0	-41.725	24,3	-
O.	Poslovni izid zunaj rednega delovanja	-159.861	0	-11.648	7,3	-
1.	Davek iz dobička	-90.851	-440.973	-682.302	751,0	154,7
2.	Drugi davki, ki niso izkazani v drugih postavkah	0	0	0	-	-
P.	Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	2.696.380	4.380.653	4.977.737	184,6	113,6
R.	Število zaposlenih iz ur	6.862	8.660	8.554	124,7	98,8
S.	Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo	7.481.315	16.897.900	10.876.988	145,4	64,4

* prilagoditev glede spremembe izkazovanja kapitalskih dobičkov

Bilanca stanja

v 000 SIT

Zap. št.	Vrsta sredstev oziroma virov	31.12.2004	Plan 31.12.2005 *	30.6.2005	Struktura 30.6.2005	Indeks	Indeks
1	2	3	4	5	6	7=5/3	8=5/4
	SREDSTVA						
A.	STALNA SREDSTVA	171.219.056	181.807.828	182.114.267	77,7%	106,4	100,2
I.	Neopredmetena dolgoročna sredstva	353.782	576.215	310.454	0,1%	87,8	53,9
II.	Opredmetena osnovna sredstva	87.921.858	112.902.689	88.831.288	37,9%	101,0	78,7
III.	Dolgoročne finančne naložbe	81.748.304	65.289.236	92.795.011	39,6%	113,5	142,1
IV.	Dolgoročno dana posojila in depoziti	1.195.112	3.039.689	177.514	0,1%	14,9	5,8
B.	GIBLJIVA SREDSTVA	51.359.356	55.866.646	50.945.066	21,7%	99,2	91,2
I.	Zaloge	20.223.557	24.307.323	24.127.157	10,3%	119,3	99,3
II.	Poslovne terjatve	26.076.160	24.372.025	24.841.558	10,6%	95,3	101,9
	Dolgoročne poslovne terjatve	226.938	34.572	226.752	0,1%	99,9	655,9
	Kratkoročne poslovne terjatve	25.849.222	24.337.453	24.614.806	10,5%	95,2	101,1
III.	Kratkoročne finančne naložbe	4.187.256	5.806.596	1.114.006	0,5%	26,6	19,2
IV.	Kratkoročne terjatve za nevplačan vpoklican kapital	0	0	0	0,0%	-	-
IV.	Dobroimetje pri bankah, čeki in gotovina	872.383	1.380.702	862.345	0,4%	98,8	62,5
C.	AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	160.471	701.911	1.231.155	0,5%	767,2	175,4
	SKUPAJ SREDSTVA	222.738.883	238.376.385	234.290.488	100,0%	105,2	98,3
	OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV						
A.	KAPITAL	93.790.425	96.479.440	100.447.446	42,9%	107,1	104,1
I.	Vpoklicani kapital	32.085.040	32.085.040	32.085.040	13,7%	100,0	100,0
II.	Kapitalske rezerve	653.503	652.538	653.503	0,3%	100,0	100,1
III.	Rezerve iz dobička	25.724.389	19.720.911	25.724.389	11,0%	100,0	130,4
IV.	Preneseni čisti poslovni izid	2.640	8.048.169	2.551.078	1,1%	96.631,7	31,7
V.	Čisti poslovni izid poslovnega leta	2.548.438	4.380.653	4.977.737	2,1%	195,3	113,6
VI.	Prevrednotovalni popravki kapitala	32.776.415	31.592.129	34.455.699	14,7%	105,1	109,1
B.	REZERVACIJE	4.325.159	9.717.365	3.989.494	1,7%	92,2	41,1
C.	FINANČNE IN POSLOVNE OBVEZNOSTI	123.798.090	131.095.944	127.833.834	54,6%	103,3	97,5
I.	Dolgoročne finančne obveznosti	47.405.215	53.957.176	54.602.249	23,3%	115,2	101,2
II.	Dolgoročne poslovne obveznosti	7.938.529	7.599.525	7.774.388	3,3%	97,9	102,3
III.	Kratkoročne finančne obveznosti	27.942.824	30.133.191	33.672.351	14,4%	120,5	111,7
IV.	Kratkoročne poslovne obveznosti	40.511.522	39.406.051	31.784.846	13,6%	78,5	80,7
D.	PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	825.209	1.083.636	2.019.714	0,9%	244,8	186,4
	SKUPAJ OBVEZ. DO VIROV SREDSTEV	222.738.883	238.376.386	234.290.488	100,0%	105,2	98,3

* prilagoditev glede spremembe izkazovanja kapitalskih dobičkov

Izkaz finančnega izida

v 000 SIT

Zap. št.	Finančni tokovi	Plan 2005 *	1- 6 2005
1	2	3	4
A	FINANČNI TOKOVI PRI POSLOVANJU		
I	Pritoki pri poslovanju	257.512.201	133.036.366
1	Poslovni prihodki	261.661.692	132.842.371
2	Izredni prihodki, ki se nanašajo na poslovanje	0	30.077
3	Začetne manj končne poslovne terjatve	-4.143.763	1.234.602
4	Začetne manj končne aktivne kratkoročne časovne razmejitve	-5.728	-1.070.684
II	Odtoki pri poslovanju	-246.841.903	-136.555.308
1	Poslovni odhodki brez amortizacije in dolg.rezervacij	-245.144.792	-124.231.369
2	Izredni odhodki, ki se nanašajo na poslovanje	0	-41.725
3	Davki iz dobička in drugi davki, ki niso zajeti v posl.odhodkih	-440.973	-682.302
4	Končne manj začetne zaloge	-626.486	-3.903.600
5	Začetni manj končni poslovni dolgovi	-766.973	-8.890.817
6	Začetne manj končne pasivne kratkoročne časovne razmejitve	137.320	1.194.505
III	PREBITEK PRITOKOV (ODTOKOV) PRI POSLOVANJU	10.670.298	-3.518.942
B	FINANČNI TOKOVI PRI NALOŽBENJU		
I	Pritoki pri naložbenju	5.202.397	5.358.895
1	Finančni prihodki, ki se nanašajo na naložbenje (razen zaradi prevredn.)	0	2.285.645
2	Pobotano zmanjšanje dolg.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	5.202.397	0
3	Pobotano zmanjšanje kratk.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	0	3.073.250
II	Odtoki pri naložbenju	-17.968.426	-14.680.466
1	Finančni odhodki, ki se nanašajo na naložbenje (razen zaradi prevredn.)	-1.140.847	-564.753
2	Pobotano povečanje neop.dolg.sredstev (razen zaradi prevredn.)	-98.308	-47.418
3	Pobotano povečanje opredm.osn.sredstev (razen zaradi prevredn.)	-16.542.473	-4.039.186
4	Pobotano povečanje dolg.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	0	-10.029.109
5	Pobotano povečanje kratk.fin.naložb (razen zaradi prevredn.)	-186.798	0
III	PREBITEK PRITOKOV (ODTOKOV) PRI NALOŽBENJU	-12.766.029	-9.321.571
C	FINANČNI TOKOVI PRI FINANCIRANJU		
I	Pritoki pri financiranju	8.446.563	14.900.391
1	Finančni prihodki, ki se nanašajo na financiranje (razen zaradi prevredn.)	816.000	294.546
2	Povečanje kapitala (brez čistega dobička oz. izgube poslovnega leta)	2.092.301	1.679.284
3	Pobotano povečanje dolg.rezervacij (razen zaradi prevredn.)	507.094	0
4	Pobotano povečanje dolg.fin.dolgov (razen zaradi prevredn.)	3.623.785	7.197.034
5	Pobotano povečanje kratk.fin.dolgov (razen zaradi prevredn.)	1.407.384	5.729.527
II	Odtoki pri financiranju	-6.345.238	-2.069.916
1	Finančni odhodki, ki se nanašajo na financiranje (razen zaradi prevredn.)	-4.580.561	-1.734.251
2	Pobotano zmanjšanje dolg.rezervacij (razen zaradi prevredn.)	0	-335.665
3	Zmanjšanje obveznosti do lastnikov iz delitve dobička (izplačilo dividend,...)	-1.764.677	0
III	PREBITEK PRITOKOV (ODTOKOV) PRI FINANCIRANJU	2.101.325	12.830.475
Č	KONČNO STANJE DENARNIH SREDSTEV IN NJIHOVIH USTREZNIKOV	993.480	862.345
I	Finančni izid v obdobju	5.594	-10.038
II	Začetno stanje denarnih sredstev in njihovih ustreznikov	987.886	872.383

* prilagoditev glede spremembe izkazovanja kapitalskih dobičkov

Izkaz gibanja kapitala

v 000 SIT

	I. Vpoklicani kapital	II. Kapitalske rezerve	III. Rezerve iz dobička		IV. Preneseni čisti posl. izid	V. Čisti posl. izid posl. leta	VI. Prevred. popravki kapitala		Skupaj
	1. Osnovni kapital		1. Zakonske rezerve	2. Druge rezerve iz dobička	1. Preneseni čisti dobiček / izguba	1. Čisti dobiček posl. leta	1. Splošni prevred. popravek kapitala	2. Posebni prevred. popravek kapitala	
Stanje 31. decembra 2004	32.085.040	653.503	3.208.504	22.515.885	2.640	2.548.438	29.432.669	3.343.746	93.790.425
Premiki v kapital	0	0	0	0	0	4.977.737	0	1.679.284	6.657.021
Vnos čistega poslovnega izida poslovnega leta	0	0	0	0	0	4.977.737	0	0	4.977.737
Vnos zneska posebnih prevrednotenj kapitala	0	0	0	0	0	0	0	1.679.284	1.679.284
Premiki v kapitalu	0	0	0	0	2.548.438	-2.548.438	0	0	0
Razporeditev čistega dobička po sklepu uprave/NS	0	0	0	0	2.548.438	-2.548.438	0	0	0
Premiki iz kapitala	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stanje 30. junija 2005	32.085.040	653.503	3.208.504	22.515.885	2.551.078	4.977.737	29.432.669	5.023.030	100.447.446

Komentar h računovodskim izkazom

POJASNILA K IZKAZU POSLOVNEGA IZIDA

• Čisti prihodki iz prodaje

Čisti prihodki iz prodaje znašajo v prvem polletju leta 2005 132.286 mio SIT, kar je za 26,4 % več kot v enakem obdobju preteklega leta, ter dosegajo 50,8 % planiranih za leto 2005.

- Prihodki od prodaje blaga in materiala znašajo 123.506 mio SIT in dosegajo 50,5 % planiranih za leto 2005. Prihodki v maloprodaji znašajo 97.009 mio SIT (78,5 %), v veleprodaji pa 26.497 mio SIT (21,5 %). Neto povečanje glede na enako obdobje preteklega leta v višini 26.571 mio SIT oziroma 27,4 % se nanaša predvsem na:
 - povečanje prihodkov Mercatorjevih centrov v Ljubljani, na Ravnah, v Slovenj Gradcu, Kamniku, Kopru in Kranju,
 - prihodke Mercatorjevega centra v Celju, ki je bil odprt januarja 2004 ter Mercatorjevega centra v Domžalah, ki je bil odprt v aprilu 2004,
 - zmanjšanje prihodkov Mercatorjevega centra na Jesenicah,
 - prihodke enot družbe Živila Kranj, d.d., ki so bile prenesene na družbo PSM, d.d., postopno do junija 2004,
 - prihodke enot družbe Mercator – Dolenjska, d.d., ki so bile prenesene na družbo Poslovni sistem Mercator, d.d., v januarju 2005,
 - prihodke enot družbe Mercator – Goriška, d.d., ki so bile prenesene na družbo Poslovni sistem Mercator, d.d., v aprilu 2005,
 - povečanje prihodkov prodajaln Tehnične divizije Mercator, prodajaln divizije Intersport, prodajaln divizije Hura! diskonti, prodajaln OMO Drogerije,
 - neto povečanja prihodkov obstoječih prodajaln.
- Čiste prihodke iz prodaje blaga znižujejo dani cassasconti in naknadni popusti v višini 76 mio SIT.
- Prihodki od prodaje proizvodov in storitev znašajo 8.856 mio SIT in dosegajo 55,7 % planiranih za leto 2005.

• Stroški prodanih proizvodov

Stroški prodanih proizvodov, ki vključujejo proizvajalne stroške ter nabavno vrednost prodanega blaga in materiala, znašajo v opazovanem obdobju 97.113 mio SIT in so glede na enako obdobje preteklega leta v pretežni meri porasli zaradi povečanega obsega poslovanja.

- **Kosmati poslovni izid iz prodaje**

Kosmati poslovni izid iz prodaje je v prvem polletju leta 2005 realiziran v višini 35.173 mio SIT, kar je za 18,5 % več glede na enako obdobje preteklega leta ter dosega 50,6 % planiranega za leto 2005.

- **Stroški prodajanja in splošnih dejavnosti**

Stroški prodajanja in splošnih dejavnosti znašajo 30.339 mio SIT in so za 19,2 % višji v primerjavi z enakim obdobjem preteklega leta ter dosegajo 49,7 % planiranih za celo leto 2005. Neto povečanje stroškov brez prevrednotovalnih odhodkov se nanaša predvsem na vključitev stroškov družb Živila Kranj, d.d., Mercator – Dolenjska, d.d., in Mercator – Goriška, d.d., povečanje stroškov Tehnične divizije Mercator, divizije Intersport, divizije Hura! diskonti ter odprtje novih maloprodajnih enot.

Pregled stroškov po naravnih vrstah

v 000 SIT

	Vrsta stroška	1-6 2004	Plan 2005	1-6 2005	Struktura 2005	Indeks	Indeks
1	2	3	4	5	6	7=5/3	8=5/4
1	STROŠKI MATERIALA	1.864.345	4.840.052	2.282.666	7,5%	122,4	47,2
2	STROŠKI STORITEV	7.618.364	15.506.869	8.218.247	27,1%	107,9	53,0
3	AMORTIZACIJA	2.080.366	6.789.866	3.220.502	10,6%	154,8	47,4
4	REZERVACIJE	0	0	0	0,0%	-	-
5	STROŠKI DELA	13.472.265	33.114.498	16.264.332	53,6%	120,7	49,1
6	DRUGI STROŠKI	236.179	572.784	368.912	1,2%	156,2	64,4
7	SKUPAJ STROŠKI	25.271.519	60.824.069	30.354.659	100,0%	120,1	49,9

Največji delež stroškov v strukturi stroškov po naravnih vrstah predstavljajo stroški dela in sicer 53,6 %, ki so glede na enako obdobje preteklega leta porasli za 2.792 mio SIT. Porast se nanaša na vključitev stroškov dela družb Živila Kranj, d.d., Mercator – Dolenjska, d.d., in Mercator – Goriška, d.d., povečanje stroškov dela Tehnične divizije Mercator, divizije Intersport, divizije Hura! diskonti, enot OMO Drogerije ter povečanje stroškov dela novoodprtih maloprodajnih enot. Stroški dela se v obdobju 1-6 2005 zajedajo v kosmati poslovni izid v višini 46,2 %.

Med stroške splošnih dejavnosti sodijo tudi izgube pri prodaji osnovnih sredstev v višini 11 mio SIT ter popravki obratnih sredstev v višini 47 mio SIT.

- **Drugi poslovni prihodki**

Drugi poslovni prihodki znašajo 557 mio SIT, od česar se 115 mio SIT nanaša na dobiček pri prodaji osnovnih sredstev ter 186 mio SIT na presežke pri odpisanih popravkih terjatev. V enakem obdobju preteklega leta so bili realizirani drugi poslovni prihodki v višini 97 mio SIT.

- **Poslovni izid iz poslovanja**

Poslovni izid iz poslovanja je v obdobju 1-6 2005 realiziran v višini 5.391 mio SIT, kar je za 1.068 mio SIT več od realiziranega v enakem obdobju preteklega leta in dosega 55,4 % planiranega za leto 2005.

- **Finančni prihodki in odhodki**

Finančni prihodki iz deležev

Finančni prihodki iz deležev znašajo 2.286 mio SIT, od česar se:

- 749 mio SIT nanaša na prihodke od prevrednotenja finančnih naložb zaradi ohranjanja vrednosti (razlike, ki nastajajo zaradi tečajnih razlik pri naložbah v podjetja v tujini). Zaradi spremembe računovodskih usmeritev med finančnimi prihodki iz deležev ni več vključenih udeležb v dobičkih odvisnih družb;
- 1.537 mio SIT nanaša na finančne prihodke iz deležev v drugih podjetjih, od česar se 1.487 mio SIT nanaša na dobiček pri prodaji delnic družbe Sava, d.d., preostalih 50 mio SIT pa se večinoma nanaša na prejete dividende Gorenjske banke, d.d.

Finančni odhodki za odpise dolgoročnih in kratkoročnih finančnih naložb

Finančni odhodki za odpise dolgoročnih in kratkoročnih finančnih naložb znašajo 565 mio SIT ter se nanašajo na vključene izgube družb Mercator – H, d.o.o., Mercator – BH, d.o.o., ter del izgube družbe Eta, d.d. (preostali del izgube družbe Eta, d.d., je pobotan z neknjiženim slabim imenom), izguba družbe Živila Kranj, d.d., pa je v celoti pobotana z neknjiženim slabim imenom, zato v izkaz poslovnega izida ni vključena.

Finančni prihodki iz dolgoročnih terjatev znašajo v obdobju 1-6 2005 22 mio SIT, od česar se 14 mio SIT nanaša na prihodke od obresti odvisnih podjetij v tujini.

Finančni prihodki iz kratkoročnih terjatev znašajo v obdobju 1-6 2005 272 mio SIT, od česar se 198 mio SIT nanaša na zamudne obresti, ostalo pa znašajo redne obresti in drugi finančni prihodki.

Finančni odhodki za obresti in iz drugih obveznosti znašajo v opazovanem obdobju 1.734 mio SIT in se nanašajo predvsem na odhodke od rednih obresti posojil poslovnih bank

- **Poslovni izid zunaj rednega delovanja**

Zunaj rednega delovanja je realizirana izguba v višini 12 mio SIT. Izredni prihodki znašajo 30 mio SIT ter se pretežno nanašajo na prejete odškodnine ter izterjane odpisane terjatve. Izredni odhodki znašajo 42 mio SIT ter se pretežno nanašajo na plačane odškodnine.

- **Čisti poslovni izid obračunskega obdobja**

Čisti poslovni izid obračunskega obdobja je v obdobju 1-6 2005 realiziran v višini 4.978 mio SIT, kar je za 2.281 mio SIT več v primerjavi z enakim obdobjem preteklega leta. Povečanje čistega poslovnega izida glede na enako obdobje preteklega leta se nanaša tudi na dobiček pri prodaji delnic družbe Sava, d.d., sicer bi čisti poslovni izid družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-6 2005 znašal 3.491 mio SIT, kar je za 794 mio SIT več v primerjavi z enakim obdobjem preteklega leta. Čisti dobiček obračunskega obdobja presega planiranega za leto 2005 za 13,6 %.

- **Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo**

Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., znaša v opazovanem obdobju 10.877 mio SIT, kar je za 45,4 % več glede na obdobje 1-6 2004. Ob izločitvi dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d., bi poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-6 2005 znašal 9.390 mio SIT, kar je za 25,5 % več od ustvarjenega v enakem obdobju preteklega leta. Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo dosega 64,4 % planiranega za leto 2005.

POJASNILA K BILANCI STANJA

- **Osnovna sredstva**

Na dan 30. 6. 2005 znaša vrednost osnovnih sredstev 89.142 mio SIT in se je v primerjavi z začetkom leta zvišala za 866 mio SIT; v strukturi sredstev predstavljajo 38 %. Sprememba vrednosti osnovnih sredstev je posledica:

- naložb v skupni vrednosti 4.346 mio SIT,
- amortizacije v višini 3.221 mio SIT,
- odprodaje nepotrebnih osnovnih sredstev višini 262 mio SIT,
- drugih neto povečanj v višini 3 mio SIT.

- **Dolgoročne finančne naložbe in dolgoročna dana posojila in depoziti**

Na dan 30. 6. 2005 znašajo dolgoročne finančne naložbe 92.795 mio SIT in se nanašajo predvsem na lastniške deleže odvisnih družb Skupine Mercator doma in na novih trgih.

Spremembe dolgoročnih finančnih naložb v letu 2005 v višini 11.047 mio SIT se nanašajo na:

- neto povečanje iz naslova vključevanja čistih poslovnih izidov odvisnih družb v višini 1.114 mio SIT,
- prihodke od prevrednotenja dolgoročnih finančnih naložb v odvisna podjetja na novih trgih v višini 749 mio SIT,
- dokapitalizacijo družbe Mercator – H, d.o.o., v višini 3.229 mio SIT,

- dokapitalizacijo družbe Mercator – S, d.o.o., v višini 959 mio SIT,
- dokapitalizacijo družbe Mercator – BH, d.o.o., v višini 3.799 mio SIT,
- nakup lastnih delnic družbe Emona Maximarket, d.d., v višini 739 mio SIT,
- nakup dodatnega lastniškega deleža družbe Alpkomerc Tolmin, d.d., v višini 455 mio SIT,
- ustanovitev odvisne družbe Market M, d.o.o., Makedonija, z ustanovnim vložkom v višini 0,6 mio SIT,
- nakup dodatnega lastniškega deleža družbe Živila Kranj, d.d., v višini 2 mio SIT.

Po stanju na dan 30. 6. 2005 znašajo dolgoročna dana posojila in depoziti 178 mio SIT; glede na stanje na začetku leta so se zmanjšala za 1.018 mio SIT, predvsem iz naslova vračila posojila družbe Mercator – BH, d.o.o.

• **Zaloge**

Zaloge surovin in materiala ter trgovskega blaga znašajo na dan 30. 6. 2005 24.127 mio SIT, v strukturi gibljivih sredstev pa predstavljajo 47,4 %. V primerjavi s stanjem na začetku leta se je stanje zalog povečalo za 3.904 mio SIT oziroma 19,3 %, predvsem zaradi prevzema dejavnosti družb Mercator – Dolenjska, d.d., v januarju 2005 in Mercator – Goriška, d.d., v aprilu 2005.

• **Poslovne terjatve**

Na dan 30. 6. 2005 znašajo poslovne terjatve 24.842 mio SIT in so se glede na stanje na začetku leta zmanjšale za 1.235 mio SIT oziroma za 4,7 %.

• **Kratkoročne finančne naložbe**

Kratkoročne finančne naložbe so se v primerjavi z začetkom leta 2005 zmanjšale za 3.073 mio SIT, kar se nanaša predvsem na vračilo kratkoročno danega posojila družbi Mercator – BH, d.o.o.

• **Aktivne časovne razmejitve**

Po stanju na dan 30. 6. 2005 znašajo aktivne časovne razmejitve 1.231 mio SIT ter se nanašajo na kratkoročno odložene stroške regresa za letni dopust, kratkoročno odložene stroške zavarovalnih premij, kratkoročno razmejene stroške za zemljiški prispevek ter druge odložene stroške.

- **Kapital**

v 000 SIT

	31.12.2004	30.6.2005
Vpoklicani kapital	32.085.040	32.085.040
Kapitalske rezerve	653.503	653.503
Rezerve iz dobička	25.724.389	25.724.389
Preneseni čisti poslovni izid	2.640	2.551.078
Čisti poslovni izid poslovnega leta	2.548.438	4.977.737
Prevrednotovalni popravki kapitala	32.776.415	34.455.699
Skupaj	93.790.425	100.447.446

Sestavine kapitala so na dan 30. 6. 2005 glede na dan 31. 12. 2004 razporejene v skladu s sprejetimi razporeditvami nadzornega sveta.

Kapital se je v letošnjem prvem polletju glede na stanje 31. 12. 2004 povečal za dosežen čisti poslovni izid obdobja 1 – 6 2005 v višini 4.978 mio SIT in za 1.679 mio SIT iz naslova vključevanja kapitalskih dobičkov, ustvarjenih v odvisnih družbah, ki povečujejo prevrednotovalni popravek kapitala.

- **Dolgoročne rezervacije**

Na dan 30. 6. 2005 znaša stanje dolgoročnih rezervacij 3.989 mio SIT. Glede na stanje na začetku leta 2005 so se dolgoročne rezervacije zmanjšale za 336 mio SIT. Spremembe se nanašajo na:

Oblikovane dolgoročne rezervacije za druge namene	+	6 mio SIT
Zmanjšanje dolgoročnih rezervacij za velika popravila	-	146 mio SIT
Zmanjšanje dolgoročnih rezervacij za druge namene (brezplačno pridobljena osnovna sredstva)	-	127 mio SIT
Zmanjšanje dolgoročnih rezervacij iz naslova slabega imena	-	69 mio SIT
Skupaj spremembe	=	- 336 mio SIT

- **Finančne obveznosti**

Na dan 30. 6. 2005 znašajo finančne obveznosti 88.275 mio SIT, kar je za 12.927 mio SIT več, kot je bilo stanje na začetku leta 2005. Povečanje se nanaša predvsem na novo prejeta posojila domačih in tujih poslovnih bank.

V primerjavi z začetkom leta se ročnost finančnih obveznosti ni bistveno spremenila; v strukturi finančnih obveznosti predstavljajo dolgoročne finančne obveznosti 61,9 %,

kratkoročne pa 38,1 % (na dan 31. 12. 2004 je bilo razmerje med dolgoročnimi in kratkoročnimi finančnimi obveznostmi 62,9 : 37,1).

- **Poslovne obveznosti**

Poslovne obveznosti brez finančnega najema na dan 30. 6. 2005 znašajo 31.836 mio SIT in so se glede na stanja na dan 31. 12. 2004 zmanjšale za 8.731 mio SIT, predvsem zaradi zmanjšanja obveznosti za osnovna sredstva, kar se nanaša na poplačilo obveznosti iz naslova nakupa nepremičnin družb Živila Kranj, d.d., in Mercator – Dolenjska, d.d.

Na dan 30. 6. 2005 je imela družba med dolgoročnimi obveznostmi iz poslovanja izkazane tudi obveznosti iz finančnega najema v višini 7.724 mio SIT za Mercator Center Kranj, Mercator Center Celje ter Mercator Center Jesenice.

- **Pasivne časovne razmejitve**

Po stanju na dan 30. 6. 2005 znašajo pasivne časovne razmejitve 2.020 mio SIT in se nanašajo predvsem na vnaprej vračunane stroške regresa za prehrano med delom, vnaprej vračunane stroške dodatnega prostovoljnega pokojninskega zavarovanja, vračunane popuste na podlagi vnovčevanja bonitetnih pik Mercator Pika kartic ter druge vnaprej vračunane stroške.

Računovodski kazalniki družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.

	Poslovni sistem Mercator, d.d.		
	1-6 2004 *	Plan 2005 *	1 - 6 2005
Kazalniki dobičkonosnosti			
Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala **	6,2%	4,7%	10,5%
Koeficient čiste dobičkonosnosti prihodkov	2,6%	1,7%	3,8%
Koeficient čiste dobičkonosnosti kapitala ***	6,2%	4,7%	7,3%
Koeficient čiste dobičkonosnosti prihodkov ***	2,6%	1,7%	2,6%
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo na čiste prihodke	7,1%	6,5%	8,2%
Koeficient dividendnosti osnovnega kapitala	5,0%	5,5%	0,0%
Kazalniki finančne strukture			
Stopnja lastniškosti financiranja	44,6%	40,5%	42,9%
Stopnja dolgoročnosti financiranja	71,4%	70,4%	71,2%
Delež kapitala in dolgoročnih rezervacij v pasivi	46,0%	44,6%	44,6%
Delež finančnih obveznosti v pasivi	37,7%	38,4%	41,0%
Finančne obveznosti in obveznosti iz finančnega najema / lastniški kapital in dolgoročne rezervacije	82,0%	86,3%	91,9%
Dolgoročna pokritost stalnih sredstev	90,9%	92,3%	91,6%
Kazalniki stanja investiranja			
Stopnja osnovnosti investiranja	34,5%	47,6%	38,0%
Stopnja dolgoročnosti investiranja	77,8%	75,0%	77,8%
Kazalniki vodoravnega finančnega ustroja			
Koeficient kapitalске pokritosti osnovnih sredstev	1,29	0,85	1,13
Koeficient neposredne pokritosti kratkoročnih obveznosti - hitri koeficient	0,06	0,10	0,03
Koeficient pospešene pokritosti kratkoročnih obveznosti - pospešeni koeficient	0,41	0,45	0,41
Koeficient kratkoročne pokritosti kratkoročnih obveznosti - kratkoročni koeficient	0,74	0,80	0,78
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo / obrestni odhodki	3,82	4,08	7,60
Kazalniki gospodarnosti in produktivnosti			
Koeficient gospodarnosti poslovanja	1,04	1,04	1,04
Prihodki na zaposlenega iz ur (v 000 SIT) **	30.508	30.055	30.930
Dodana vrednost na zaposlenega iz ur (v 000 SIT) **	6.107	5.775	6.346

* Prilagoditev glede spremembe izkazovanja kapitalskih dobičkov.

** Kazalnik je prilagojen na letno raven.

*** Kazalnik je izračunan na podlagi čistega poslovnega izida brez upoštevanja dobička pri prodaji delnic družbe Sava, d.d.

DOGODKI PO ZAKLJUČKU OBRAČUNSKEGA OBDOBJA 1-6 2005

Poslovanje Skupine Mercator in družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., so po računovodskem zaključku obdobja 1 – 6 2005 zaznamovali naslednji pomembnejši dogodki:

- V juliju 2005 smo odprli dva nova Hura! Diskonta: 1. julija 2005 Hura! diskont Črnomelj in 7. julija 2005 Hura! diskont Žalec;
- 19. julija 2005 je nadzorni svet družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na 23. seji soglasno sprejel predlog o dokapitalizaciji družbe z izdajo novih delnic iz naslova odobrenega kapitala. Osnovni kapital družbe se tako poveča z izdajo do 641.700 delnic, po ceni 38.000 SIT za delnico, kar predstavlja povečanje do 24,4 mlrd SIT;
- V juliju 2005 je uprava družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., podpisala 4 predpogodbe za dejavnosti na treh trgih delovanja.
- Dne 30. 8. 2005 je sklicana 11. redna letna skupščina delničarjev.

NAČRTI DO KONCA LET 2005

- 1. 8. 2005 smo uvedli zeleno plačilno – kreditno kartico Mercator Pika na trg Srbije in Črne gore ter Bosne in Hercegovine, od 1. 9. 2005 pa predvidoma še v družbo Petrol, d.d. Prav tako razvijamo bonitetni sistem v povezavi s Pika kartico v Hura! diskontih.
- Do konca leta 2005 načrtujemo postavitve spletne strani revije Mesec na slovenskem trgu in mesečno izdajo e-Meseca;
- Maloprodajno mrežo v Sloveniji bomo razširili z novim Trgovskim centrom v Idriji, širitvijo Trgovskega centra v Grosupljem ter prenovo prodajalne na Parmovi v Ljubljani v manjši trgovski center; skupaj s prenovo prodajalne na Parmovi v Ljubljani bomo na to lokacijo prenesli poslovanje Mercatorjeve spletne trgovine, s čimer bomo razširili dostavo izdelkov iz spletne trgovine na širše območje Ljubljane. Hkrati bomo prenovili SP in Hura! diskont v Dravljah ter prenovili Intersport trgovino na Šubičevi;
- V drugi polovici leta 2005 bomo pričeli s pripravo na širitev Mercatorjevega centra v Šiški v Ljubljani;
- Na novih trgih bomo v drugi polovici leta na Hrvaškem prenovili blagovnico v Veliki Gorici, v Srbiji odprli nov Mercatorjev center Čačak, v Bosni in Hercegovini pa bomo odprli nov Trgovski center Dobrinja;
- V drugi polovici leta nameravamo intenzivno nadaljevati z racionalizacijo in reorganizacijo poslovanja, v okviru katere bo maloprodajna dejavnost Skupine Mercator v Sloveniji razdeljena na tri regije.

ZAKLJUČEK

Skupina Mercator in družba Poslovni sistem Mercator, d.d., tudi v letu 2005 poslujeta uspešno. Poslovni rezultati prvega polletja 2005 so boljši od začrtanega gospodarskega načrta za leto 2005, zato uprava družbe zagotavlja, da bodo ključne načrtovane ekonomske kategorije za leto 2005 presežene.