

POROČILO O POSLOVANJU SKUPINE MERCATOR IN DRUŽBE POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D., V OBDOBJU 1-3 2015



Ljubljana, maj 2015

KAZALO

POVZETEK	3
UVOD.....	5
PREDSTAVITEV IN ORGANIZIRANOST SKUPINE MERCATOR.....	5
POSLOVNO POROČILO	11
VPLIV GOSPODARSKIH IN KONKURENČNIH RAZMER NA POSLOVANJE SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-3 2015.....	11
PRODAJA IN TRŽENJE	14
NEPREMIČNINSKA DEJAVNOST IN RAZVOJ PRODAJNE MREŽE.....	26
UPRAVLJANJE S TVEGANJI	29
FINANČNO UPRAVLJANJE	34
MERCATORJEVA DELNICA IN ODNOSI Z VLAGATELJI	35
TRAJNOSTNO POROČILO	38
ODGOVORNOST DO KUPCEV	38
ODGOVORNOST DO ZAPOSLENIH	38
ODGOVORNOST DO NARAVNEGA OKOLJA	40
ODGOVORNOST DO DRUŽBENEGA OKOLJA	42
ODGOVORNOST DO DOBAVITELJEV	43
ODGOVORNOST DO KAKOVOSTI.....	44
RAČUNOVODSKO POROČILO	46
RAČUNOVODSKE USMERITVE	46
ZGOŠČENI KONSOLIDIRANI RAČUNOVODSKI IZKAZI SKUPINE MERCATOR.....	46
Zgoščen konsolidirani izkaz finančnega položaja	47
Zgoščen konsolidirani izkaz poslovnega izida.....	48
Zgoščen konsolidirani izkaz vseobsegajočega donosa	48
Zgoščen konsolidirani izkaz sprememb lastniškega kapitala	49
Zgoščen konsolidirani izkaz denarnih tokov.....	50
Pojasnila k zgoščenim konsolidiranim računovodskim izkazom Skupine Mercator.....	51
ZGOŠČENI RAČUNOVODSKI IZKAZI DRUŽBE POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D.	53
Zgoščen izkaz finančnega položaja	54
Zgoščen izkaz poslovnega izida	55
Zgoščen izkaz vseobsegajočega donosa	55
Zgoščen izkaz sprememb lastniškega kapitala	56
Zgoščen izkaz denarnih tokov	57
Pojasnila k zgoščenim računovodskim izkazom družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.	58

POVZETEK

V obdobju 1-3 2015 je Skupina Mercator ustvarila nekaj manj kot 630 milijonov EUR čistih prihodkov iz prodaje. V prvem četrtletju leta 2015 smo glede na enako obdobje leta 2014 uspeli pomembno izboljšati poslovanje. Dobiček iz poslovanja je znašal 12,2 milijona EUR, v enakem obdobju predhodnega leta pa je leta znašal 4,2 milijona EUR.

Gospodarske razmere na trgih Mercatorjevega delovanja različne

V Sloveniji je bilo v prvih mesecih leta 2015 zaznati pozitivne makroekonomske razmere: pozitivno gospodarsko rast, povišanje investicijske aktivnosti, povišanje izvoza ter zmanjšanje brezposelnosti. Omenjeni pozitivni makroekonomski kazalniki nam dajejo upanje, da se bo povečal optimizem potrošnikov glede prihodnosti in s tem tudi potrošnja. Na drugem najpomembnejšem trgu, v Srbiji, pa je bila zabeležena negativna gospodarska rast ob še vedno precej visoki stopnji brezposelnosti in zelo nizki stopnji zaupanja med potrošniki. V Črni gori ter Bosni in Hercegovini je bila gospodarska rast pozitivna, prav tako se to napoveduje tudi za Hrvaško.

Prihodki v obdobju 1-3 2015 nekoliko višji kot v enakem obdobju lanskega leta

V obdobju 1-3 2015 je Skupina Mercator ustvarila 628,7 milijonov EUR prihodkov iz prodaje, kar je nekoliko več kot v enakem obdobju lani. Struktura prihodkov je v veliki meri spremenjena glede na obdobje 1-3 2014, in sicer predvsem zaradi konsolidacije trgovske dejavnosti po trgih, ki je sledila prevzemu družbe Mercator, d.d., s strani družbe Agrokor, d.d. V Srbiji so se prihodki občutno povečali zaradi prenosa maloprodajnih enot družbe Idea, d.d., pod družbo Mercator - S, d.o.o., na Hrvaškem ter v Bosni in Hercegovini pa so se prihodki občutno zmanjšali zaradi prenosa Mercatorjevih maloprodajnih enot pod družbo Konzum, d.d., na Hrvaškem oziroma družbo Konzum, d.o.o., v Bosni in Hercegovini. Na teh dveh trgih Mercator prihodke generira pretežno iz naslova prodaje v enotah Modiana in Intersport ter nepremičninske dejavnosti.

Poslovanje v prvem četrtletju 2015 izrazito boljše kot v enakem obdobju predhodnega leta

Mercator je nadaljeval trend izboljšane poslovanja iz zadnjega četrtletja leta 2014, kar se je odrazilo v višjem poslovnem izidu iz poslovanja v primerjavi z obdobjem 1-3 2014, in sicer je le-ta v obdobju 1-3 2015 znašal 12,2 milijona EUR, kar glede na enako obdobje lanskega leta predstavlja izboljšanje za skoraj trikrat. Višji poslovni izid iz poslovanja je rezultat generiranja višjih čistih prihodkov iz prodaje ter zmanjšanja stroškov v primerjavi z enakim obdobjem predhodnega leta.

Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 realizirala pozitiven čisti poslovni izid obračunskega obdobja v višini 4,1 milijona EUR, kar v primerjavi z enakim obdobjem lanskega leta, ko je bil le-ta negativen v višini -8,5 milijona EUR, nakazuje na pomembno izboljšanje poslovanja. Pozitiven čisti poslovni izid je rezultat nadaljevanja politike obvladovanja stroškov ter pozitivnih sinergijskih učinkov iz naslova konsolidacije trgovske dejavnosti v celotni regiji. Poleg tega pa so k izboljšanju čistega poslovnega izida pripomogli tudi nižji obrestni prihodki kot rezultat v letu 2014 izvedenega prestrukturiranja finančnih obveznosti ter izboljšanje ročnosti virov.

Trženjske aktivnosti za potrošnike razširjene na vse Mercatorjeve maloprodajne enote z izdelki vsakdanje rabe

V okviru aktivnosti trženja smo se v obdobju 1-3 2015 osredotočali na prioritete posameznih trgov in dinamiko v trgovski panogi, ter na primarne ciljne segmente kupcev. Nadaljevali smo s projekti nizkih cen, kuponi s popusti, ugodnostmi v okviru Pika kartice, lokalno in domačo ponudbo ter ponudbo izdelkov lastnih znamk. Na trgu Srbije smo poleg enot Mercator in Roda, od zadnjih mesecev leta 2014 prisotni tudi z maloprodajnimi enotami Idea, ki so vključene v celovito ponudbo in akcijske aktivnosti v sklopu Mercatorjevih prodajalen na tem trgu.

Investicijska sredstva več kot podvojena

V obdobju 1-3 2015 smo v Skupini Mercator namenili 6,8 milijona EUR za investicije, kar predstavlja več kot še enkrat toliko kot v enakem obdobju leta 2014. Nadaljevali smo s politiko vlaganja predvsem v preнове obstoječih prodajnih enot, in sicer smo v ta namen investirali več kot 63 % celotnih investicijskih sredstev. Nekaj več kot 20 % investicijskih sredstev smo namenili za preнове in posodobitve v podpornih dejavnostih, le nekaj več kot 10 % pa za širitev novih maloprodajnih zmogljivosti. V Sloveniji in Srbiji smo porabili občutno več investicijskih sredstev kot smo jih porabili v obdobju 1-3 2014. V Srbiji je razlog temu predvsem prenos enot družbe Idea, d.d., pod družbo Mercator - S, d.o.o., v Sloveniji pa se je več investicij namenilo prenovam enot v obstoječi maloprodajni mreži.

Spremembe v lastniški strukturi

Družba Agrokor, d.d., je dne 25.2.2015 pridobila dodatnih 581.395 delnic družbe Mercator, d.d., enako število delnic pa je odsvojila družba Agrokor Investments B.V. Družbi Agrokor, d.d., se je tako delež v družbi Mercator, d.d., povečal s 49,92 % na 59,47 %, družbi Agrokor Investments B.V. pa se je delež v družbi zmanjšal s 38,18 % na 28,64 %. Skupni delež družb Agrokor, d.d., in Agrokor Investments B.V., v družbi Mercator, d.d., se ni spremenil in znaša 88,10 %, prav tako ostaja nespremenjen njun delež glasovalnih pravic, ki znaša 88,72 %.

Krepitev dejavnosti veleprodaje

Družba Mercator, d.d., je dne 11.2.2015 z družbo ERA GOOD, d.o.o., sklenila pogodbo v zvezi z nakupom/prenosom dela dejavnosti navedene družbe na družbo Mercator, d.d., z dnem 31.3.2015 pa je bil prevzem veleprodajne dejavnosti družbe ERA GOOD, d.o.o., tudi izveden. S prevzemom dela veleprodajne dejavnosti Mercator zasleduje zastavljeno strategijo osredotočanja na osnovno dejavnost. Z izvedbo prevzema pričakujemo povečanje obsega in raznovrstnosti ponudbe v prodaji izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo ter povečanje poslovne učinkovitosti in izboljšanje konkurenčnosti Mercatorja na področju veleprodaje v Sloveniji.

Osredotočanje na osnovno dejavnost

Skladno s strateškimi smernicami se Mercator osredotoča na svojo osnovno dejavnost, zato so tudi v letošnjem letu potekale aktivnosti odprodaje neosnovnih dejavnosti. Po zaključku prvega četrtertletja, natančneje dne 16.4.2015, sta družba Mercator, d.d., in družba Don don, d.o.o., podpisala kupoprodajno pogodbo o prodaji oziroma nakupu deleža Pekarne Grosuplje. Predviden zaključek transakcija je do sredine letošnjega leta, po zaključku vseh formalnih postopkov, med katerimi je tudi izdaja dovoljenja pristojnih regulatorjev.

UVOD

PREDSTAVITEV IN ORGANIZIRANOST SKUPINE MERCATOR

Predstavitev Skupine Mercator

Skupina Mercator je ena največjih gospodarskih skupin v Sloveniji ter v celotni regiji Jugovzhodne Evrope. Sestavljajo jo trgovske družbe, v Sloveniji je prisotna s petimi družbami, na ostalih trgih Jugovzhodne Evrope pa v okviru Skupine Mercator posluje 7 odvisnih družb. Obvladujoča družba Skupine je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., s sedežem v Republiki Sloveniji.

Poslovni sistem Mercator, d.d.

Telefon	(01) 560 10 00
e-naslov	info@mercator.si
Spletna stran	www.mercatorgroup.si
Sedež družbe	Dunajska cesta 107, 1113 Ljubljana
Dejavnost	Trgovina na drobno v nespecializiranih prodajalnah pretežno z živili (G 47.110)
Matična številka	5300231
Davčna številka	45884595
Osnovni kapital družbe na dan 31.3.2015	254.175.051,39 EUR
Število izdanih in vplačanih delnic na dan 31.3.2015	6.090.943
Kotacija delnic	Ljubljanska borza, d.d., borzna kotacija, prva kotacija, oznaka MELR

Korporativno upravljanje družbe

V obdobju 1-3 2015 se nadzorni svet družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., ni sestel, niti ni bila izvedena nobena korespondenčna seja.

Sprememba v sestavi nadzornega sveta družbe Mercator, d.d., po zaključku obdobja

Člani sveta delavcev družbe Mercator, d.d., so na seji dne 22.4.2015 imenovali Matjaža Grošlja za novega predstavnika zaposlenih v nadzornem svetu družbe, saj bo dosedanjemu članu Ivanu Valandu dne 19.5.2015 potekel mandat.

Sestava Skupine Mercator na dan 31.3.2015

SKUPINA MERCATOR

MERCATOR TRGOVINA SLOVENIJA	DRUGE POSLOVNE DEJAVNOSTI
POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D., SLOVENIJA Mercator IP, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	Intersport ISI, d.o.o., Slovenija (100,0 %) Mercator - Emba, d.d., Slovenija (100,0 %) M - Energija, d.o.o., Slovenija (100,0 %)
MERCATOR TRGOVINA TUJINA	NEPREMIČNINSKA DEJAVNOST
Mercator - S, d.o.o., Srbija (100,0 %) Mercator - CG, d.o.o., Črna gora (100,0 %) Mercator Makedonija, d.o.o.e.l., Makedonija (100,0 %)*	Mercator - H, d.o.o., Hrvaška (99,7 %) Mercator - BH, d.o.o., Bosna in Hercegovina (100,0%) M - BL, d.o.o., Bosna in Hercegovina (100,0 %) Investment Internacional, d.o.o.e.l., Makedonija (100,0 %)*

* Družba ne izvaja poslovne dejavnosti.

Podružnice

Družbe Skupine Mercator na dan 31.3.2015 niso imele podružnic.

Druge organizacije

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je ustanoviteljica Ustanove Humanitarne fundacije Mercator, ki je namenjena humanitarni podpori Mercatorjevim zaposlenim.

Družba Mercator - S, d.o.o., je ustanoviteljica Fondacije solidarnosti Mercator v Srbiji, družba Mercator - CG, d.o.o., pa Fondacije solidarnosti Mercator v Črni gori. V družbah Mercator - BH, d.o.o., in M - BL, d.o.o., sta bila ustanovljena Fonda solidarnosti zaposlenih po zgledu Srbije in Črne gore. Organizacije so namenjene solidarni pomoči socialno ogroženim sodelavcem.

Zaradi prenosa trgovske dejavnosti na Agrokor na trgih Hrvaške ter Bosne in Hercegovine, so družbe Mercator - H, d.o.o., Mercator - BH, d.o.o., in M - BL, d.o.o., sedaj umeščene pod nepremičninske družbe. Te družbe bodo namreč še vedno opravljale dejavnosti oddajanja objektov v najem, ter dejavnosti Intersporta in Modiane.

STRATEGIJA POSLOVANJA SKUPINE MERCATOR

Vizija

Mercator bo največji, najuspešnejši in najučinkovitejši trgovec v regiji.

Poslanstvo

- Zadovoljni potrošnik nas prepozna kot najboljšega trgovca, ki ponuja vse, kar ponuja konkurenca, po ugodnejših pogojih in mnogo več.
- Zaposleni z **nasmehom na obrazu in žarom v očeh** so ključna konkurenčna prednost, ki bodo lahko v stabilnem okolju razvijali svoje potenciale.
- Stremimo k **stabilni kapitalski strukturi**, ki bo podpirala razvoj družbe na osnovi doseženih uspehov.
- Mercator si prizadeva za doseganje **zaupanja vseh deležnikov**.

Načela korporacijskega delovanja

Naše skupno delo naj bo:

Motivirano

Enostavno

Racionalno

Ciljno usmerjeno

Ambiciozno

Temeljito

Osredotočeno na dobičkonosnost in razvoj

Radoživo

KLJUČNI PODATKI O POSLOVANJU SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-3 2015

	1-3 2015	1-3 2014 primerljivo	Indeks 1-3 2015/ 1-3 2014 primerljivo
Prihodki iz prodaje (v 000 EUR)	628.721	624.840	100,6
Poslovni izid iz poslovanja (v 000 EUR)	12.177	4.193	290,4
Poslovni izid pred obdavčitvijo (v 000 EUR)	5.410	(8.538)	-
Poslovni izid obračunskega obdobja (v 000 EUR)	4.066	(8.538)	-
Kosmati denarni tok iz poslovanja (v 000 EUR)	30.955	21.891	141,4
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami (v 000 EUR)	50.159	35.385	141,8
Kapital na dan 31.3. (v 000 EUR)	626.126	503.859	124,3
Sredstva na dan 31.3. (v 000 EUR)	2.248.912	2.237.685	100,5
Naložbe v osnovna sredstva (v 000 EUR)	6.751	3.210	210,3
Čista dobičkonosnost kapitala*	2,9%	(5,8%)	-
Čista dobičkonosnost prihodkov iz prodaje	0,6%	(1,4%)	-
Kosmati denarni tok iz poslovanja / prihodki iz prodaje	4,9%	3,6%	135,4
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami / prihodki iz prodaje	8,0%	5,8%	137,7
Število zaposlenih iz ur	20.908	21.131	98,9
Število zaposlenih po stanju na dan 31.3.	22.043	22.603	97,5

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 spremenila način izkazovanja odhodkov zaradi popravkov vrednosti in odpisov terjatev, tako da jih je prerazporedila iz finančnih odhodkov med stroške prodajanja. Zaradi tega so ključni podatki za obdobje 1-3 2014 primerljivo predstavljeni.

PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV

Razvoj maloprodajne mreže

V obdobju 1-3 2015 smo:

- investirali 6.751 tisoč EUR,
- dezinvestirali 5.379 tisoč EUR,
- na vseh trgih poslovanja pridobili 4 nove enot oziroma 8.834 m² novih bruto površin.

Spremembe v lastniški strukturi

Dne 25.2.2015 je družba Agrokor, d.d., pridobila dodatnih 581.395 delnic družbe Mercator, d.d., s čimer se je njen delež v družbi povečal s 49,92 % na 59,47 %. Enako število delnic, torej 581.395, je odsvojila družba Agrokor Investments B.V., s čimer se je njen delež v družbi zmanjšal s 38,18 % na 28,64 %. Družbama Agrokor, d.d., in Agrokor Investments B.V., se skupni delež v družbi Mercator, d.d., ni spremenil in znaša 88,10 %, prav tako ostaja nespremenjen njun delež glasovalnih pravic, in znaša 88,72 %.

Krepitev veleprodajne dejavnosti

Družba Mercator, d.d., je dne 11.2.2015 z družbo Era Good, d.o.o., sklenila pogodbo v zvezi z nakupom/prenosom dela dejavnosti navedene družbe na Mercator, d.d., z namenom vstopiti v obstoječa razmerja s kupci družbe Era Good, d.o.o.

Nakup dela dejavnosti Era Good, d.o.o., pomeni uresničevanje načrtane strategije družbe Mercator, d.d., o osredotočanju na osnovno dejavnost, to je prodajo izdelkov za vsakdanjo rabo. S prevzemom dela dejavnosti družbe Era Good, d.o.o., bo Mercator izboljšal obseg in raznovrstnost ponudbe na trgu prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo na debelo, hkrati pa bo prevzem pozitivno vplival tudi na povečanje poslovne učinkovitosti in izboljšanje konkurenčnosti Mercatorjeve veleprodajne dejavnosti v Sloveniji.

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence je dne 12.3.2015 izdala odločbo, da ne nasprotuje priglašeni koncentraciji pridobitve kontrole družbe Mercator, d.d., nad delom dejavnosti družbe Era Good, d.o.o.

Družba Mercator, d.d., je veleprodajno dejavnost družbe Era Good, d.o.o., prevzela z dnem 31.3.2015.

Nagrade in drugi dosežki

Pekarna Grosuplje je tudi v letu 2015 prejela priznanja za svoje kvalitetne izdelke.

Po izboru Sekcije za pekarstvo v okviru Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij pri Gospodarski zbornici Slovenije, ki je v februarju 2015 potekal že 15. leto zapored, je na izboru **izdelkov odlične kakovosti kruha, pekovskega in finega pekovskega peciva ter testenin**, Pekarna Grosuplje prejela 14 zlatih odličij.

Na Inštitutu za nutricionistiko pa so v februarju 2015 prvič preverili najbolj inovativna nova živila, proizvedena v Sloveniji. V kategoriji nepakiranih pekovskih izdelkov je bil kot **najbolj inovativen izdelek ocenjen pirin kruh Pekarne Grosuplje**.

V marcu 2015 so v okviru 22. Slovenskega oglaševalskega festivala, ki se je odvijal v Portorožu, podelili nagrade Effie 2014 za učinkovitost tržnega komuniciranja. Strokovna žirija je med najboljše uvrstila tudi našo Piko. **Mercator je prejel bronaste Effieja za akcijo »Preprosto prihranim. Pika.«**

Dogodki po zaključku obdobja

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., in družba Don don, d.o.o., sta dne 16.4.2015 podpisali kupoprodajno pogodbo o prodaji oziroma nakupu deleža Pekarne Grosuplje. Zaključek transakcije je predviden do sredine letošnjega leta, po zaključku vseh formalnih postopkov, med katere spada tudi izdaja dovoljenja pristojnih regulatorjev.

S prodajo Pekarne Grosuplje Mercator zasleduje strateško usmeritev osredotočanja na osnovno dejavnost in postopno odprodajo neosnovnih dejavnosti.

Člani sveta delavcev družbe Mercator, d.d., so na seji dne 22.4.2015 imenovali Matjaža Grošlja za novega predstavnika zaposlenih v nadzornem svetu družbe, saj je dosedanjemu članu Ivanu Valandu dne 19.5.2015 potekel mandat.

POSLOVNO POROČILO

VPLIV GOSPODARSKIH IN KONKURENČNIH RAZMER NA POSLOVANJE SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-3 2015

Gospodarske razmere na trgih poslovanja v obdobju 1-3 2015¹

Makroekonomski kazalniki kažejo krepitev gospodarske aktivnosti v začetku leta 2015. Ključni dejavniki za izboljšanje obetov za rast so: umiritev razmer na finančnih trgih, predvsem na trgu državnih obveznic; občutno znižanje cen nafte; izboljšanje cenovne konkurenčnosti ob šibkejšem evru. Zadnje razpoložljive napovedi mednarodnih institucij za gospodarsko rast v glavnih trgovinskih partnericah so se v zadnjih mesecih tako izboljšale. Izstopa le Rusija, kjer so se pričakovanja občutno poslabšala. Napovedi mednarodnih institucij za evrsko območje temeljijo na predpostavki nadaljnje postopne krepitve zasebne potrošnje, ki bo posledica povečevanja realnega razpoložljivega dohodka zaradi rasti plač, nizke inflacije, nižjih cen energije in manj zaostrenih razmer na trgu dela. Krepitev povpraševanja se bo še najmanj kazala v trgovini na drobno, kjer še ostajajo precej zaostrene razmere. Obseg trgovine na drobno v območju evra je bil marca za 0,8 % nižji kot februarja, v Evropski uniji pa se je marca v primerjavi s februarjem zmanjšal za 0,6 %. Na letni ravni se je obseg trgovine na drobno v območju evra povečal za 1,6 %, v EU pa za 2,5 %. Postopno naj bi se krepilo tudi tuje povpraševanje, dodatno pa bo na izvoz ugodno vplivala tudi nižja vrednost evra.

Trend nizke stopnje inflacije se nadaljuje. V večini držav članic je bila decembra inflacija začasno negativna zaradi velikega padca cen energije. Nizka naj bi ostala tudi v letu 2015, saj nizke cene surovin zmanjšujejo nominalno vrednost. Inflacija naj bi začela rasti od sredine leta 2015 in tekom leta 2016, ko se bo gospodarska dejavnost postopno krepila in bodo plače višje, gospodarstvo pa bo dodatno okrevalo. Po napovedih bo inflacija v Evropski uniji v letu 2015 znašala 0,2 %, v letu 2016 pa 1,4 %. Inflacija v euroobmočju bo po napovedih letos znašala -0,1 %, nato pa se bo v letu 2016 povečala na 1,3 %.

Skupaj z dvigom gospodarske rasti bo prišlo tudi do neto ustvarjanja delovnih mest, ki je bilo do lani na nizki ravni, vendar se je v zadnjem letu okrepilo. Trgi dela naj bi se proti koncu obdobja napovedi izboljšali. Vendar gospodarska rast načeloma ne bo zadostovala za znatno izboljšanje. Stopnja brezposelnosti naj bi se leta 2015 v Evropski uniji znižala na 9,8 %, v euroobmočju pa na 11,2 %.

Zmanjševanje splošnih javnofinančnih primanjkljajev se nadaljuje, vendar je fiskalna naravnost zdaj nevtralna. Razmerja med primanjkljajem in BDP naj bi se po napovedih v naslednjih dveh letih še naprej zmanjševala. V Evropski uniji naj bi se znižala z 3,0 % v letu 2014 na 2,6 % v letošnjem letu in na 2,2 % v letu 2016. V euroobmočju naj bi se znižala na 2,2 % v letu 2015 in 1,9 % v letu 2016. Za Evropsko unijo kot celoto se pričakuje, da je razmerje med dolgom in BDP v letu 2014 z 88,4 % doseglo svojo najvišjo stopnjo. Za euroobmočje naj bi najvišjo stopnjo doseglo letos, in sicer 94,4 %, nato pa se začelo zmanjševati.

Slovenija

Ob izboljšanju razmer v mednarodnem okolju, stabilizaciji evrskih finančnih trgov in ukrepih slovenske ekonomske politike, uveljavljenih v zadnjih letih, je bila gospodarska rast v Sloveniji lani najvišja po začetku krize. Slovenija je po dveh letih negativne stopnje rasti bruto domačega proizvoda v letu 2014 beležila rast v višini 2,6 %. Izboljšanje konkurenčnosti je ob okrepljenem tujem povpraševanju privedlo do visokega povišanja izvoza. Znatno so se povišale tudi investicije; ob pospešenem črpanju evropskih sredstev so bile višje javne

¹ Gospodarske in konkurenčne razmere so komentirane na podlagi naslednjih virov podatkov: UMAR (Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj), ECB (European central bank), EBRD (Evropska banka za obnovo in razvoj), S&P (Standard&Poor's ratings services), statistični uradi posameznih držav, IMF (Mednarodni denarni sklad), tržno raziskovalno podjetje Nielsen in EC (Evropska komisija).

investicije v infrastrukturne projekte, ob višji aktivnosti in stabilnejših pogojih financiranja so bili ugotovljeni nekateri pozitivni trendi tudi pri investicijah zasebnega sektorja.

V 2015 se bo zaposlenost povečala za 0,8 %, negotovost, povezano z okrevanjem, pa bo tudi letos spremljalo visoko zaposlovanje preko agencij za posredovanje dela. Število brezposelnih se bo v povprečju znižalo in jih bo tako približno 6.000 manj kot lani. V letih 2016 in 2017 se bodo na trgu dela ohranjala podobna gibanja, ki jih bodo poleg povečanja gospodarske aktivnosti vse bolj zaznamovale demografske spremembe. Projekcije kažejo, da se bo v prihodnjih letih število delovno sposobnih vsako leto zmanjšalo za približno 10 tisoč, za podobno število pa se bo povečalo število starejših od 65 let.

Rast izvoza bo letos ostala na visoki ravni, in sicer 5,6 %, kar bo poleg pospešitve okrevanja v večini pomembnejših trgovinskih partneric posledica nadaljnega izboljšanja konkurenčnosti. Povečanje investicij v višini 4,8 % bo v letu 2015 enako lanskemu. Javne investicije se bodo v povezavi s črpanjem evropskih sredstev tudi letos povečale, a nekoliko manj kot lani, okrepile se bodo tudi zasebne investicije v opremo in stroje. Ob višji izkoriščenosti proizvodnih zmogljivosti bodo njihovo financiranje omogočali boljši poslovni rezultati, zlasti v izvoznem delu gospodarstva, nadaljnje razdolževanje pa bo podjetjem odpiralo tudi možnosti kreditiranja pri visoko likvidnem bančnem sektorju.

Gibanje cen bo tudi v letu 2015 pomembno zaznamovano z negativnim prispevkom cen energentov in delno tudi hrane. Poleg tega pa bo k njihovemu padcu še vedno prispeval proces prilagajanja relativnih cen, saj bo nadaljnje zniževanje stroškov dela na enoto proizvoda zmanjšalo tudi pritiske na dvig cen. Ob še vedno razmeroma šibkem domačem povpraševanju se bodo cene letos znižale za 0,2 %. V letih 2016 in 2017 pa, skladno z okrevanjem gospodarske aktivnosti in naraščanjem cen nafte, pričakujemo postopno višanje cen.

Gospodarska aktivnost v mednarodnem okolju še vedno precej niha. Napovedi mednarodnih institucij glede gospodarske rasti se v zadnjih mesecih sicer izboljšujejo, uspešna implementacija omenjenih ukrepov pa bi okrevanje gospodarstva v glavnih trgovinskih partnericah v Evropski uniji lahko še pospešila. Ocena, ki iz tega izhaja je, da so tveganja iz mednarodnega okolja tokrat bolj uravnotežena kot ob pripravi preteklih napovedi. Enako velja tudi za tveganja iz domačega okolja, kjer bi se lahko gibanja, ki največ prispevajo k rasti, ob ugodnejših impulzih iz mednarodnega okolja okrepila bolj, kot pričakujemo. Na drugi strani pa tveganja izhajajo predvsem iz neskladja med zavezami glede javnofinančne konsolidacije in še vedno le okvirno dorečenimi ukrepi za njihovo doseganje.

Gospodarske razmere v trgovinski dejavnosti ostajajo zaostrene. Na podlagi Statističnega urada Republike Slovenije se bo nadaljeval negativni trend. Ta kaže na padec prihodka v trgovski dejavnosti, tako na mesečni, kot tudi na letni ravni. Razmere kažejo, da bo nujno sprejeti ukrepe, ki bodo izboljšali privlačnost poslovno-trgovinskega okolja in s tem ponovno spodbudi njegovo rast. Realni indeks prihodka v trgovini pada, in sicer je padec največji v trgovini na drobno. V mesecu marcu 2015 glede na marec 2014 je v trgovini na drobno padec prihodkov znašal 1,1 %.

Srbija

Realna rast BDP v Srbiji je bila v letu 2014 negativna. Po napovedih Evropske komisije bo tudi v letu 2015 ostala negativna, vendar le -0,3 %. Za leto 2016 se napoveduje pozitivno rast BDP in sicer v višini 1,2 %. Napovedana stopnja inflacije v letu 2015 je 3,2 %, kar je za eno odstotno točko več, kot v letu 2014. Brezposelnost se bo v letu 2015 še rahlo povečala in bo po napovedih znašala 21,4 %. Rast zasebne potrošnje in javne porabe ostaja negativna. Prva se je znižala za 1,3 % v letu 2014 za leto 2015 pa je napoved o znižanju za 1,8 %. Javna poraba se je v letu 2014 znižala za 1,0 %, v letu 2015 pa naj bi se znižala še za 4,3 %. Povprečni tečaj srbskega dinarja je v obdobju 1-3 2015 znašal 121,51 RSD za 1 EUR, medtem ko je v enakem obdobju lani znašal 115,75 RSD za 1 EUR. Rating Srbije po oceni bonitetne hiše S&P ostaja nespremenjen in sicer BB- z negativnim trendom.

Hrvaška

Gospodarska rast je bila v letu 2014 na Hrvaškem negativna in sicer -0,5 %. Napoved Evropske komisije glede gibanja gospodarske rasti vliva nekaj optimizma. V letu 2015 naj bi se Hrvaška rešila iz recesije in gospodarska rast naj bi bila pozitivna in znašala 0,2 %. Inflacija je v letu 2014 znašala 0,2 %, v letu 2015 pa naj bi bila negativna in sicer -0,3 %. Stopnja brezposelnosti je v letu 2014 znašala 17,0 %, v letu 2015 pa naj bi bila nekoliko nižja in sicer 16,8 %. Rast javne porabe je bila negativna in sicer -2,1 % v letu 2015 naj bi bila še vedno

negativna, vendar le -0,1 %. Rast zasebne potrošnje je bila prav tako negativna s stopnjo -0,6 %, napoved za leto 2015 pa ne kaže sprememb. Povprečni tečaj hrvaške kune je v obdobju 1-3 2015 znašal 7,67 HRK za 1 EUR, medtem ko je lani v enakem obdobju znašal 7,65 HRK za 1 EUR. Bonitetna hiša S&P ocenjuje, da je rating Hrvaške BB s stabilnim trendom.

Bosna in Hercegovina

Po podatkih EBRD je Bosna in Hercegovina v letu 2014 dosegla 0,9 % rast BDP. Za leto 2015 se predvideva stopnja rasti v višini 2,7 %. Stopnja inflacije je v začetku leta 2015 znašala 0,2 %. Brezposelnost ostaja na ravni iz let 2014, torej 27,05 %. Tečaj bosanske marke je fiksni in sicer znaša 1,95583 KM za 1 EUR. Po oceni bonitete hiše S&P je rating države B s stabilnim trendom.

Črna gora

Gospodarska rast v Črni gori je v letu 2015 realno znašala 3,0 %. Stopnja inflacije v letu 2015 je znašala 0,4 %. Brezposelnost je bila v letu 2014 na ravni 19,2 % in se postopoma znižuje. V letu 2015 bi se naj tako znižala na 18,04 %. Uradna valuta v Črni gori je Evro. Rating Črne Gore ostaja nespremenjen in sicer je BB+.

Spremenjeno obnašanje potrošnikov in vpliv tržne situacije na potrošnjo

Na vseh trgih, kjer je Mercator prisoten, se za leto 2015 pričakuje okrevanje gospodarske aktivnosti. Zaustavil naj bi se večletni padec zasebne potrošnje, brezposelnost v Sloveniji se bo znižala, medtem ko na ostalih trgih ostaja na visoki ravni. Potrošniki na vseh trgih še vedno občutijo recesijo in v letu 2015 še ne pričakujejo izboljšanja².

V letu 2015 se v **Sloveniji** ocenjuje višja rast gospodarske aktivnosti kot je bila sprva pričakovana, in sicer v višini 2,4-odstotne³ rasti bruto domačega proizvoda. Na trgu dela se do konca leta pričakuje izboljšanje, in sicer znižanje registrirane brezposelnosti na 12,5 %. Slednja je v januarju 2015 znašala 13,5 %. Po napovedi UMAR-ja se bo v letu 2015 potrošnja gospodinjstev postopoma krepila, in sicer bo glede na prejšnje leto višja za 1,1-odstotne točke⁴, kot rezultat rasti razpoložljivega dohodka ter občutnega izboljšanja razpoložljivega potrošnikov ter s tem njihove pripravljenosti za nakupe. Na to kaže tudi izboljšanje kazalnika zaupanja potrošnikov, ki je v marcu 2015⁵ na letni ravni višji za 16 odstotnih točk, od povprečja prejšnjega leta pa je višji za 8 odstotnih točk. Potrošniki so bolj optimistični glede zmanjševanja brezposelnosti, gospodarskega stanja v Sloveniji, finančnega stanja v gospodinjstvu in možnosti za varčevanje v prihodnjih 12 mesecih.

Tudi na trgih **Srbije** in **Črne gore** se pričakuje izboljšanje oziroma vsaj ne poslabšanje gospodarskih razmer. Zasebna potrošnja bo porasla, brezposelnost pa še vedno ostaja na visoki ravni. Zaupanje potrošnikov v Srbiji se v četrtem kvartalu leta 2014⁶ glede na predhodni kvartal ni bistveno spremenilo in ostaja pod evropskim povprečjem. Največja skrb potrošnikov v regiji ostaja varnost zaposlitve, temu sledi skrb za zdravje. Dobra polovica potrošnikov ne vidi možnosti za novo zaposlitev in več kot tretjina jih meni, da ni pravi čas za večje nakupe. V Srbiji potrošniki posegajo po cenejših izdelkih, trošijo manj za oblačila in za zabavo izven doma.

Kljub pričakovanemu okrevanju potrošnje, potrošniki svoje spremenjene nakupne navade ohranjajo. Še naprej kupujejo premišljeno, več posegajo po cenejših izdelkih, odzivni so na akcije in promocije, kupujejo več izdelkov trgovskih znamk in svoje nakupe porazdelijo med več trgovcev.

² Nielsen: Consumer Confidence Indeks, Q 4 2014, Slovenia, Nielsen: Consumer Confidence Indeks, Q4 2014, Serbia, Slovenia

³ UMAR: marec, 2015

⁴ Mnenje potrošnikov, Slovenija, marec 2015 - končni podatki, SURS

⁵ Mnenje potrošnikov, Slovenija, marec 2015 - končni podatki, SURS

⁶ Nielsen: Consumer Confidence Indeks, Q4 2014, Serbia, Slovenia

PRODAJA IN TRŽENJE

Prodaja

Zaznati je okrevanje gospodarstev v Evropi, a je le-to še vedno precej šibko in počasno.

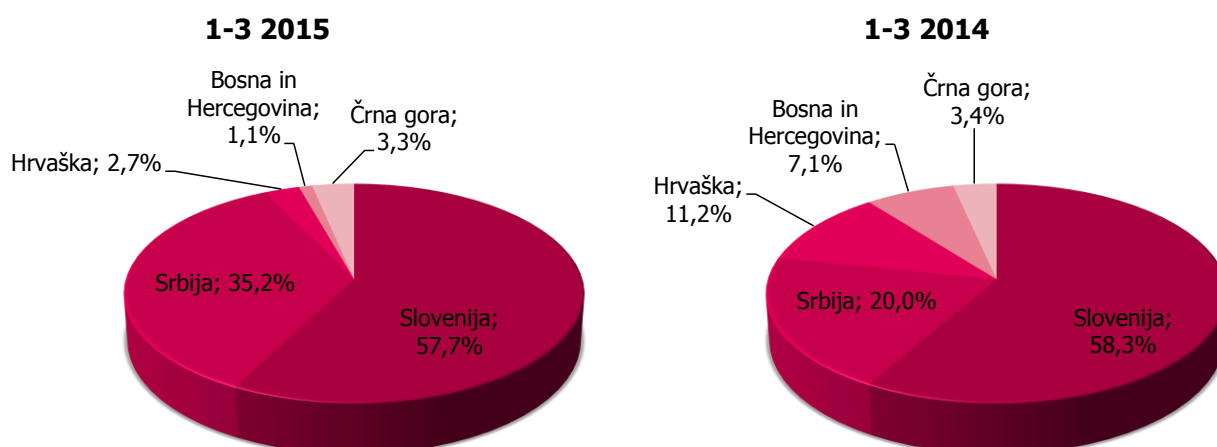
Od vseh trgov kjer je Mercator prisoten je še največ optimizma in pozitivnih sprememb zaznati na trgu, kjer je prisotna matična družba, v Sloveniji. Gospodarska rast v Sloveniji je bila v prvih mesecih leta 2015 pozitivna, povišala se je investicijska aktivnost, izvoz, zmanjšala se je stopnja brezposelnosti, potrošniki pa so glede prihodnosti bolj optimistični kot v predhodnih obdobjih. Na drugem najpomembnejšem Mercatorjevem trgu, t.j. v Srbiji, pa je bila v prvih mesecih leta 2015 zabeležena negativna gospodarska rast, prav tako še vedno ostaja stopnja brezposelnosti zelo visoka, zaupanje potrošnikov pa je pod evropskim povprečjem. Črna gora ter Bosna in Hercegovina sta sicer beležili pozitivno gospodarsko rast, a je brezposlenost na teh dveh trgih še vedno izredno visoka, še posebej v Bosni in Hercegovini, kar vpliva na nižjo kupno moč prebivalstva. Nekoliko izboljšanja je zaslediti na Hrvaškem, saj je za razliko od leta 2014, v prvih mesecih 2015 zaznati pozitivno gospodarsko rast in nižjo stopnjo brezposelnosti.

Na gibanje prihodkov realiziranih v obdobju 1-3 2015 je poleg zgoraj opisanih dejavnikov vplivala tudi konsolidacija po trgih, ki se je izvedla v zadnjih mesecih leta 2014, in sicer po prevzemu družbe Mercator, d.d., s strani družbe Agrokor, d.d. Konsolidacija je vplivala na generiranje višjih prihodkov na trgu Srbije, in nižjih na Hrvaškem ter v Bosni in Hercegovini, glede na obdobje 1-3 2014.

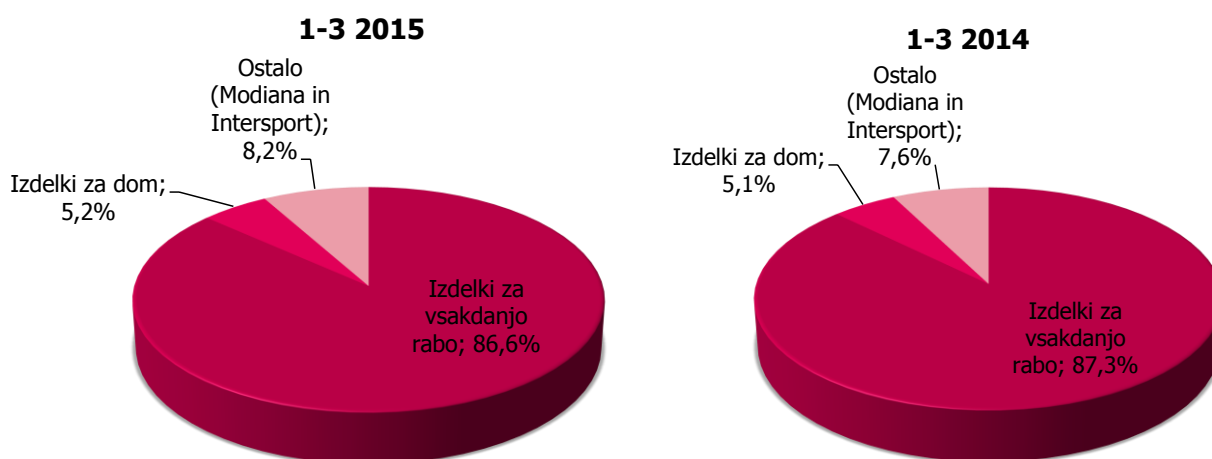
Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 realizirala **628,7 milijona EUR prihodkov iz prodaje**, kar je **0,6 % več kot v enakem obdobju leta 2014**.

V Sloveniji smo beležili padec prihodkov za 0,5 %, kar je manj kot je bil realni padec prihodkov v celotni trgovini na drobno v mesecu marcu 2015 glede na marec 2014; le-ta je znašal 1,1 %. Prihodki so občutno zrasli v Srbiji (za 77,4 %), padli so pa v Bosni in Hercegovini (za 85,1 %), ter na Hrvaškem (za 75,3 %). Višji prihodki na trgu Srbije so predvsem rezultat prenosa maloprodajnih enot družbe Idea, d.d., pod družbo Mercator - S, d.o.o. Nižji prihodki na trgih Hrvaške ter Bosne in Hercegovine pa so rezultat prenosa Mercatorjevih maloprodajnih enot pod družbo Konzum, d.d., na Hrvaškem ter pod družbo Konzum, d.o.o., v Bosni in Hercegovini. Na teh dveh trgih je Mercator generiral prihodke predvsem iz naslova neosnovnih dejavnosti, t. j. Modiana in Intersport. Na trgu Črne gore, kjer ni bilo sprememb povezanih s konsolidacijo trgovine v okviru Skupine Agrokor, so bili prihodki, za razliko od predhodnih obdobj, nekoliko nižji, in sicer za 2,2 %.

Prihodki iz prodaje Skupine Mercator po geografskih odsekih:



Prodaja v trgovski dejavnosti Skupine Mercator po programih:



Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 v trgovski dejavnosti realizirala največji delež prihodkov iz prodaje izdelkov za vsakdanjo rabo, in sicer znaša delež le-teh 86,6 odstotka, delež prihodkov iz prodaje, realiziranih v ostalih specializiranih trgovskih programih, pa znaša 13,4 odstotka. Glede na enako obdobje predhodnega leta je Skupina Mercator realizirala padec prihodkov znotraj vseh treh programov, izdelkov za vsakdanjo rabo, izdelkov za dom in ostalih programov. Nižja realizacija prihodkov iz prodaje je bila predvsem rezultat konsolidacije po trgih in zapiranja neprofitabilnih enot v okviru programa izdelki za dom ter neprofitabilnih enot Modiana, povečini na trgu Slovenije.

Prodajni formati, segmenti kupcev in upravljanje blagovnih skupin

Prodajni formati

Nakupno vedenje potrošnikov se je kot posledica različnih trendov iz okolja v zadnjih letih precej spremenilo, kar še povečuje kompleksnost poslovanja. Tako kot večina vodilnih svetovnih trgovcev, se tudi Mercator poskuša vsemu temu v čim večji možni meri prilagoditi, in sicer z diverzifikacijo prodajnih formatov. Ti so namenjeni širokemu spektru nakupov, od večjih načrtovanih nakupov do manjših dnevnih oziroma priložnostnih nakupov izdelkov za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu.

Po letih ekspanzije velikih prodajaln v ospredje ponovno prihajajo **manjše prodajalne** (t.i. »small box«), vse pomembnejše pa postaja tudi **preoblikovanje obstoječih maloprodajnih mrež** (t.j. novi koncepti na obstoječih lokacijah) ter **intenziven razvoj e-trgovine**, kjer tradicionalne prodajalne prevzemajo vlogo prevzemnih točk za naročila opravljena prek spleta. Ključna strategija rasti trgovcev tako ostaja diverzifikacija prodajnih formatov.

Leto 2015 bo v znamenju večjih preureditev Mercatorjevih prodajaln. Našim kupcem želimo ponuditi sodobno oblikovano prodajno okolje na čim večjem številu lokacij, z dopolnjeno in še bogatejšo ponudbo izdelkov vsakdanje potrošnje. Kot v preteklem letu, bo tudi v letu 2015 fokus na preureditvah manjših sosedskih prodajaln, kjer Mercator nadaljuje tradicijo približevanja svojim kupcem v lokalnem okolju. Ključni poudarek formata je na **ponudbi izvrstnega svežega programa** (globina in širina ponudbe), ter na **inovativnih idejah ponudbenega spleta**, ki kupcem olajšajo vsakdan:

- velik pomen **svežine izdelkov** (»strong fresh experience«),
- vpeljava oziroma razširitev **ponudbe pripravljene hrane**, ki se lahko zaužije takoj (izdelki toploteke) oziroma po toplotni obdelavi (»ready to heat« in »ready to cook« izdelki),
- večja ponudba **predpakiranih svežih izdelkov**.

V obdobju 1-3 2015 smo po konceptu »Sosed« preuredili sedem Mercatorjevih poslovalnic, in sicer:

- market Cesta maršala Tita 79, na Jesenicah;
- market Maja Maribor, v Mariboru;
- market Britof, v Kranju;

- market Rožna dolina, v Ljubljani;
- market Izola, v Izoli;
- market Podpeč, v Podpeči;
- market Kobarid, v Kobaridu.

Poleg sosedskih prodajaln je Mercator pričel s celovitimi preureditvami supermarketov, kjer se bomo našim kupcem približali z novim konceptom prodajaln, ki bo nadgradnja sosedskih prodajaln s širšo in predvsem globljo ponudbo izdelkov vsakdanje potrošnje. Tako bomo modernizirali prodajni prostor, zagotovili privlačno nakupovalno izkušnjo ter pritegnili kupce tudi na večjem formatu prodajaln. Kupec v supermarket prodajalnah lahko opravlja tako dnevne kot tedenske nakupe, saj ponudba supermarketov zagotavlja možnost celovitega zadovoljevanja potreb po izdelkih dnevne in tedenske potrošnje, s fokusom na svežih programih. V skladu z novim konceptom se je konec meseca marca odprl prenovljeni supermarket Fužine v Ljubljani.

Prodajalna ima fokus na ponudbi svežih prodajnih programov, kar poudari tudi nova podoba oddelkov. Pozornost pritegne velik oddelek svežega sadja in zelenjave z bogato ponudbo domačih pridelkov. Novost v ponudbi predstavlja pekarnica z raznovrstno ponudbo pekovskih izdelkov, obogatena s ponudbo široke palete okusov svežih pizz. Velika pridobitev je bogata ponudba toploteke, ki se s širokim izborom že pripravljenih obrokov prilagaja današnjemu trendu hitrega načina življenja.



Trend zdravega načina življenja je podprt s ponudbo izdelkov brez glutena, dietetičnih izdelkov ter ekoloških izdelkov, ki zajemajo tudi hlajeni del asortimana. Pridobitev enote je nova vinoteka z vinotočem, ki se vključuje v oddelek pijač. Poleg vsega navedenega je velik poudarek na bogati, pestri in široki ponudbi svežega mesa, delikatase, pakiranih in postrežnih slaščic ter mlečnih izdelkov.



V mesecu marcu se je odprl prenovljeni ter povečani **hipermarket Domžale**, trenutno naš najsodobnejši hipermarket, ki s sodobnim prodajnim konceptom nudi odgovor na nakupovalne trende ter našim kupcev zagotavlja prijetno nakupovalno izkušnjo. Preureditev je odgovor na aktualne trende, ki se pojavljajo na trgu (vse večja cenovna občutljivost, potrošniki vse bolj cenijo kakovostno in domačo hrano, pri nakupih predvsem nemarket programa pa se obnašajo vse bolj racionalno).

V skladu s tem so v hipermarketu naslednji poudarki v ponudbi:

1. **Oblikovanje grab&go oddelka (Minute)**, ki se nahaja neposredno na vhodu v hipermarket in kupcem omogoča hiter in enostaven nakup izdelkov za takojšnjo konzumacijo (pizza, bureki, sendviči, pakirane sadne in zelenjavne solate, jogurti, hlajena pijača, coffee to-go,...)



2. **Sveži program** se nahaja v prvem delu hipermarketa in je povezan v celotno podobo tržnice. Celotni sveži program je večji, predvsem pa ponudbeno obogaten: poudarek na že predpakiranih izdelkih (salame, siri, kruh, slaščice), v okviru toploteke je dodana ponudba take-away, ponudbo mesnice dopolnjuje bogata ponudba pakiranega svežega mesa. Ponudba sirov in salam se nahaja na delikatesnem otoku, ki skupaj s sadjem in zelenjavo predstavlja središče svežega programa. Novost v ponudbi hipermarketa predstavlja ribarnica, v kateri je kupcem dnevno na voljo široka izbira svežih rib in morskih sadežev. Oddelek sadja in zelenjave je obogaten s ponudbo sadnega otoka, kjer se ponujata rezana zelenjava in sadje, sadni sokovi, ipd. Zamrznjeni program je dopolnjen s ponudbo COOL HOUSE – rinfuza ponudba rib in morskih sadežev in izdelkov iz testa.



3. **Oddelek vinoteke ter posebne in eko prehrane**



4. **Oddelek kozmetike s posebnim ambientom**



5. **Zmanjšana in izbrana ponudba nemarket programa**, kjer je poudarek predvsem na izdelkih za otroke, saj je celotna ponudba združena na enem mestu (igračke, knjige, plenice, otroška hrana, otroški tekstil). Ostala ponudba izdelkov je prilagojena dnevni potrošnji (npr. nogavice, osnovni izdelki programa »Naredi sam«, hišni tekstil ter izdelki za dom).
6. **Trafika** s ponudbo tobaka in samopostrežno prodajo časopisov ter revij.
7. **Udarne predstavitve za akcijske in sezonske izdelke**

Sestava prodajnih enot na dan 31.3.2015

DRŽAVA	SLOVENIJA		SRBIJA		HRVAŠKA		BOSNA IN HERCEGOVINA	ČRNA GORA		MAKEDONIJA, ALBANIJA in KOSOVO*	SKUPINA MERCATOR			
	Banner	Mercator	Mercator	Roda	Idea	Mercator	Getro	Mercator	Mercator	Roda	Intersport	Število enot	Bruto površina	Prodajna površina
FORMATI PRODAJALN	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Bruto površina	Prodajna površina
Hipermarketi	22	-	30	11	1	-	-	-	-	2	-	66	281.818	191.519
Supermarketi	62	-	23	19	1	3	-	-	-	10	-	118	162.960	103.911
Sosedske prodajalne	387	-	80	158	7	2	-	-	-	74	-	708	302.085	181.883
Prodajalne udobja	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	3	7.284	4.237
Mini prodajalne	5	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	6	860	470
Cash & Carry / VELPRO	15	-	4	11	-	7	-	-	-	1	-	38	115.823	97.000
Gostinstvo	8	11	-	-	-	-	-	-	-	-	2	21	4.451	2.912
Skupaj izdelki za vsakdanjo rabo	500	12	138	199	10	12	2	-	87	-	960	875.281	581.930	
Izdelki za dom	50	14	-	-	-	-	-	-	1	-	-	65	87.866	56.725
Program tekstila in lepote	52	13	-	-	32	-	12	-	-	-	-	109	55.953	47.146
Tekstilni program	43	7	-	-	32	-	8	-	-	-	-	90	53.613	45.106
Drogerije Beautique	9	6	-	-	-	-	4	-	-	-	-	19	2.340	2.040
Intersport	34	11	-	-	29	-	9	2	-	-	-	85	52.876	40.448
M holidays	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	242	242
Ostalo	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	374	335
Skupaj ostali formati prodajaln	151	38	-	-	61	-	21	3	-	-	274	197.311	144.896	
Skupaj malo-prodajalne enote v upravljanju	651	50	138	199	71	12	23	3	87	-	1.234	1.072.592	726.826	
Franišzne prodajalne	223	-	-	-	1	-	-	-	-	-	5	229	52.992	35.397
SKUPAJ	874	50	138	199	72	12	23	3	87	5	1.463	1.125.583	762.223	

* Mercator je na trgu Makedonije, Albanije in Kosova prisoten s franšiznimi trgovinami pod formatom Intersport.

Segmenti kupcev

Na področju upravljanja odnosov s kupci smo v obdobju 1-3 2015 uvedli pomembno spremembo v Srbiji, in sicer smo z 31.1.2015 ustavili delovanje programa zvestobe Pika kartica. Na tem trgu je tako celoten program zvestobe prešel na koalicijsko kartico Super kartica, pri čemer smo vsem Pika kartičarjem poslali povabilo v sistem Super kartice.

V Sloveniji in Črni gori sistem zvestobe in uporaba Pika kartice delujeta nespremenjeno. Mesečna aktivnost se je v obdobju 1-3 2015 v Sloveniji povečala za 7 %, v Črni gori pa za 3 %. Delež prometa v market formatu, pri katerem se pri transakciji uporabi Pika kartico, se je v obdobju 1-3 2015 povišal za 2 odstotni točki v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2014, v Črni gori pa se je znižal za 1 odstotno točko.

Upravljanje blagovnih skupin in nabava

Aktivnosti upravljanja blagovnih skupin in nabave so tudi v obdobju 1-3 2015 potekali z zasledovanjem naslednjih ciljev: zgraditi kakovostno več-nivojsko ponudbo izdelkov znanih blagovnih znamk in različnih linij trgovske znamke, zagotoviti konkurenčne cene znanih blagovnih znamk in trgovskih znamk, zagotoviti atraktivno ponudbo v pospeševalno-prodajnih aktivnostih, učinkovito upravljati prodajni prostor na nivoju posameznega izdelka oziroma blagovne skupine ter zagotavljati ustrezne storitve pri prodaji na prodajnem mestu.

Na področju upravljanja blagovnih skupin in nabave smo se v obdobju 1-3 2015 usmerili predvsem na nadaljevanje projektov »Iz domačih krajev« in »Mercator mesnica«, oživitev projekta »5 na dan« na oddelkih sadja in zelenjave ter osvežitev strategije Mercator pekarnice. Poleg tega smo aktivno upravljali z asortimani, prodajnim prostorom in cenami, ter izvedli različna izobraževanja na svežih oddelkih s strani inštruktorjev za sveže programe. Svojim kupcem smo zagotavljali pestre, atraktivne ter cenovno konkurenčne ponudbe akcijskih izdelkov.

Trženje

SLOVENIJA

V okviru aktivnosti trženja se osredotočamo na prioritete posameznih trgov in dinamiko v trgovski panogi, ter na primarne ciljne segmente kupcev. Pri definiranju projektov sledimo cilju ustvarjanja vrednosti za kupca na naslednjih področjih:

- cenovne ugodnosti za kupca,
- aktivnosti za zveste Pika kupce,
- domača, lokalna ponudba,
- bližina potrošniku,
- ponudba izdelkov lastnih znamk.

Cenovne ugodnosti za kupce

Mercator kontinuirano zasleduje cilj izboljšanja cenovne zaznave med potrošniki. Poleg velike kampanje v lanskem letu, v okviru katere smo 10.000 izdelkom znižali redne cene ter za več kot 800 izdelkov garancirali najnižje redne cene na trgu, izvajamo tudi mnoge druge projekte.

Največji odziv med potrošniki dosega kampanja **Noro nizke cene**, s katero kupcem omogočamo kratkotrajne aktivnosti s popusti, ki so najpogosteje najboljši na trgu in kampanja **Vikend noro nizkih cen**.

Nadaljevali smo z dnevi kuponov 20 % popusta na izbrani izdelek, dnevi dvojnih pik ter drugimi pospeševalno prodajnimi projekti.

Eno leto je minilo od uvedbe kampanje Garantirano najnižje redne cene, kar smo obeležili s kampanjo lenivca in jazbečarja, Lenija in Malija, ter eno leto kupovanja po enakih ali najnižjih rednih cenah proslavili z dodatno ponudbo zelenjave ter pakiranega mesa.



Izdelke po ugodnih cenah smo ponujali tudi v **Outlet šotorih**, kjer so kupci lahko izbirali med široko ponudbo tehničnih izdelkov, športnih oblačil in pripomočkov, oblačil za celotno družino in nekaterih izdelkov živilskega programa.

Širimo izdelke linije Maxx, s katero potrošnikom omogočamo nakup večjih pakiranj izdelkov priznanih blagovnih znamk po nižji ceni.

V Sloveniji smo v sodelovanju z Zavarovalnico Triglav za naše kupce ponovno pripravili **skupni projekt**, s katerim so kupci prejeli do 110 EUR ugodnosti ter 110 pik.



Velik poudarek in osredotočenost že od začetka leta namenjamo izboljšanju percepcije in povečevanju prodaje svežega programa, kategorija sadje in zelenjava, v sklopu aktivnosti »5 na dan. Napolnite vrečko 50 % ceneje«.

Aktivnosti za zveste Pika kupce

Usmerjeni k potrošniku nadaljujemo z razvojem **prednosti sistema zvestobe Pika kartice**. Kupci lahko pike pridobivajo in koristijo na vsi ponudbo, na voljo so jim Pikini popusti za izbrane izdelke, prav tako pa kartica omogoča odlog plačila ter nakupe do 24 obrokov brez obresti. Za segment kupcev, ki je naklonjen kupovanju preko spleta omogočamo tudi funkcionalnost spletnega plačevanja izdelkov živilskega in tehničnega programa s Pika kartico.

V preteklem letu smo na slovenskem trgu predstavili novo aktivnost **menjave pik za popuste**. Ob unovčenju 300 pik smo kupcem omogočili 15 % popust na celoten nakup. Tudi v prihodnje bomo imetnikom Pika kartice namenjali vse več ugodnosti širili uporabo Pika kartice.

V februarju smo uvedli novo aktivnost menjave pridobljenih pik za visoke popuste na visokokvalitetne izdelke za čiščenje blagovne znamke Rovus. Za namene hitrejšega zbiranja pik ponovno izvajamo tudi projekt **Ujemite dodatne pike**, s katerim lahko kupec ob nakupu izbranih izdelkov še hitreje zbere pike za dosego bonitete ali nove ugodnosti.



Poleg rednega izvajanja med kupci priljubljenega dneva dvojnih pik, smo v marcu prvič izvedli **Pika dan**. Pika dan atraktivno ponudbo izdelkov razširja tudi na druge najemnike Mercator centrov in omogoča dodatne popuste in ugodnosti ob predložitvi Pika kartice.



Vsem kupcem, ki nam dovolijo vpogled v njihove nakupne navade, pripravljamo posebej prilagojene ponudbe in ugodnosti. Člani kluba Senior pa lahko vsak četrtek pridobijo kupon za 20 % popust na izbrani izdelek.



Dodano vrednost Pike gradimo s širitvijo ponudbe preko novih partnerskih podjetij, ki nudijo zanimivo komplementarno ponudbo ekskluzivno za nas in naše ciljne segmente. Za naše zveste kupce smo tako nudili do 50 % popust na nakup smučarskih kart za slovenska in tuja smučišča s Pika kartico.

Povečali smo tudi število Pika partnerjev, pri katerih so imetniki Pika kartice deležni visokih popustov. Med partnerji so ponudniki wellnessa, term, raftinga in fitnesov, optiki, jezikovne šole, adrenalinski parki, idr.

Domača, lokalna ponudba, bližina potrošniku

V sklopu projekta Iz domačih krajev se osredotočamo na posamezne kategorije tudi z obzirom na sezonsko aktualnost izdelkov. Tako smo se v mesecu marcu v sklopu priprave na praznike osredotočili na ponudbo tradicionalnih izdelkov za Veliko noč.

V prvi četrtini leta smo glavni fokus namenili izpostavitvi prednosti v sklopu Mercator mesnice, saj je 100 % vse meso v redni prodaji rejeno v Sloveniji.



Poudarjamo tudi naše druge konkurenčne prednosti, kot so: 100 % slovensko sadje in zelenjava, mleko in mlečni izdelki iz 100 % slovenskega mleka in kruh iz 100 % slovenske pšenice.

Ponudba izdelkov lastnih znamk

Linije Mercatorjevih trgovskih znamk nudijo raznovrstne izdelke za vse priložnosti in v vseh cenovnih segmentih.

Pri **osrednji liniji trgovske znamke Mercator** se nadaljuje prenova podobe izdelkov. Osredotočeni ostajamo tudi na izboljšanje konkurenčnosti ponudbe izdelkov v vseh blagovnih skupinah.

V Pekarni Grosuplje smo potrošnike tudi letos v februarju presenetili ob slovenskem kulturnem prazniku s ponudbo **Prešernovega kruha**, ki smo ga razvili v sodelovanju s slovenskim etnologom prof. dr. Janezom Bogatajem. V februarju smo ponovno obudili tudi tradicijo **valentinovih ptičkov**.

V velikonočnem času je ponudbo dopolnjeval tudi **kruh Presnec** iz Pekarne Grosuplje ter **Premium potica s suhim sadjem slajena z medom**.



SRBIJA

V okviru trženja izvajamo številne cenovne akcije in kampanje vezane na prednosti prodajnih formatov Roda in Idea.

IDEA

- Svež asortiman
- K Plus trgovska znamka
- SuperKartica
- Go local
- Moderna, inovativna, ugodna ponudba, hitra storitev

RODA

- Garantirano najnižje cene
- 100 % domače
- Doživetje nakupa
- Veliki družinski nakupi, tradicija

IDEA

IDEA Mesnica

Cilj projekta je pozicioniranje mesnice Idea kot najboljše destinacije pri vsakodnevni nakupih svežega mesa in mesnih specialitet ter široka ponudba po ugodnih cenah.



Go local

Zavedajoč se pomena kulturnih dogodkov se je Idea v sklopu lokalnih kampanj »Beograd, mesto novih idej« odločila za podporo glavnih kulturnih dogodkov v mestu. Z akcijo **Niš v srcu** je bila niški lokalni skupnosti izražena podpora skozi različna sponzorstva in donacije.. V okviru triletnega poslovanja v Nišu so bile izdane tudi posebne Sosedske novice.

V okviru kampanje **V srcu Banata** je Idea kupcem ponudila tudi posebno ponudbo lokalnih proizvajalcev.



IDEA spletna trgovina

Po uspešnem lansiranju Idea spletne trgovine v Beogradu je sedaj njena ponudba dostopna tudi kupcem v Nišu, Novem Sadu, Rumencih, Futogu in Sremski Kamenici.



RODA

Cenovne ugodnosti za kupca

V prodajnih enotah Roda izvajamo akcijske aktivnosti **Pomlad v Rodi**, s katero ponujamo nakup koles po ugodnih cenah v okviru kratkoročnega programa zvestobe ter akcija **Ponudba bele tehnike v Rodi** v mesecu marcu s katero smo kupcem omogočili zamenjavo bele tehnike po ugodnih cenah.

V sklopu aktivnosti **Mega sobota** kupcem ob sobotah ponujamo najboljše izdelke po znižanih cenah



Najboljše iz Srbije

Izdali smo letak s promocijo lokalnosti in poudarkom na domači lokalni ponudbi. V sklopu lokalnih aktivnosti so bili v megamarketih Roda izvedeni nastopi posameznih lokalnih kulturnih društev, pričeli pa smo tudi s promocijo projekta za spodbujanje najuspešnejših mladih iz lokalnih sredin, ki izstopajo s svojim znanjem in talentom.



Zdrava cena – tematska akcija sadja in zelenjave

Izvajamo posebno tedensko akcijo ponudbe svežega sadja in zelenjave, kije kupcem na voljo od ponedeljka do srede.



Dream Factory

V Roda megamarketu v Novem Sad je nastal poseben kotiček s celovito ponudbo igrač za otroke.



OKUSI MOJEGA KRAJA

Posamezne regije Srbije imajo svoje kulinarične značilnosti. Tako je nastal projekt ponudbe Okusi mojega kraja, v katerem združujemo ponudbo lokalnih proizvajalcev posameh regij, pripravljeno po tradicionalnih srbskih receptih.



ČRNA GORA

Cenovne ugodnosti za kupca

Izvajamo redne aktivnosti ponudbe izdelkov po nižjih cenah v sklopu **Vikend akcij**, posebnimi aktivnostmi s ponudbo super cen za posamezne izdelke v sklopu aktivnosti Top sobota, ter akcijo Senzacionalne cene.

Izvajajo se kontinuirane aktivnosti Pomlad v Rodi in aktivnosti na posameznih lokacijah trgovin. Poleg redne ponudbe smo za kupce pripravili še posebne aktivnosti na Valentinovo in ob Dnevu žena.



Aktivnosti za zveste Pika kupce

Z atraktivnimi ponodbami povečujemo število aktivnih imetnikov Pika kartice in promoviramo prednosti kluba Senior. Zvestobo kupcev nagradujemo s podeljevanjem dvojnih pik vsako zadnjo soboto v mesecu.

Ob četrtek člani kluba Senior prejmejo dvojne pike. 20. in 21. v mesecu pa sledi še 10 % ki ga prejmejo vsi upokoenci.

NEPREMIČNINSKA DEJAVNOST IN RAZVOJ PRODAJNE MREŽE

V obdobju 1-3 2015 je Skupina Mercator skladno s planom investicij prioritarno izvajala prenove in razširitve posameznih maloprodajnih enot, odprla sedem novih prodajalnih ter iskala in ocenjevala nove potencialne lokacije za širitev maloprodajne mreže za vse Mercatorjeve programe, vključno za nov logistično distribucijski center v Sloveniji. Rezultat tega je pridobitev nove lokacije v Izoli za izgradnjo trgovskega centra.

V obdobju 1-3 2015 ni bilo lastne gradnje. Investicijska sredstva so bila porabljena predvsem za obnovo in investicijsko vzdrževanje obstoječe maloprodajne mreže ter za vlaganja v nove, najete prodajalne. Med večje pridobitve sodi prenovljeni Mercator Center v Domžalah.

Aktivnosti so potekale tudi na področju prodaje poslovno nepotrebnega premoženja. V skladu s sprejeto zakonodajo, ki je stopila v veljavo s 1.1.2015, smo pristopili k pridobitvi energetskih izkaznic, ki omogočajo prodajo nepremičnin ali oddajo določenih nepremičnin v najem.

Ključni cilji Mercatorja na nepremičninskem področju so:



Pregled investicij in dezinvesticij

V obdobju 1-3 2015 je Skupina Mercator realizirala za 6,8 milijona EUR naložb v osnovna sredstva. V Sloveniji je bilo za investicije porabljenih 62,2 %, kar je za 67,4 % več kot v enakem obdobju lanskega leta, na tujih trgih pa 37,8 % celotnih sredstev za investicije.

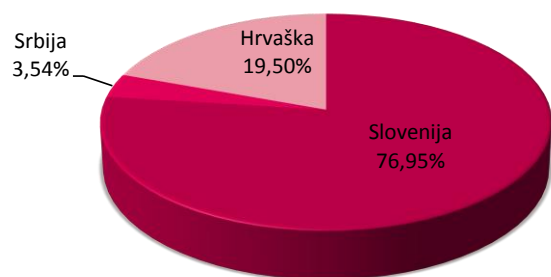
	Naložbe v osnovna sredstva v obdobju 1-3 2015 (v 000 EUR)	Struktura (v %)
Slovenija	4.201	62,23%
Srbija	2.162	32,02%
Hrvaška	158	2,34%
Črna gora	211	3,13%
Bosna in Hercegovina	19	0,28%
SKUPAJ	6.751	100,00%

Vlaganja v širitev novih maloprodajnih zmogljivosti predstavljajo 13,8 % celotnih investicij, prenove obstoječih prodajnih enot 63,3 %, preostalih 22,9 % pa smo investirali v logistiko, informatiko in netrgovsko dejavnost.

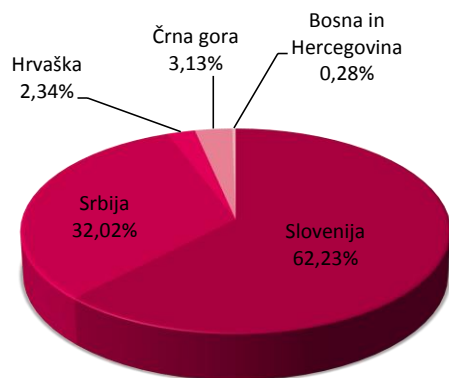
V obdobju 1-3 2014 je Skupina Mercator pridobila 8.834 m² novih bruto površin, in sicer večino v Sloveniji, od česar je bilo 98 % vseh novih površin pridobljenih s poslovnim najemom, ostala 2 % površin pa z nakupom.

Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 odtujila za 5,4 milijona EUR osnovnih sredstev, od tega 1.525 tisoč EUR iz naslova prodaje trgovske opreme Agrokorjevima hčerinskima družbama Konzum na Hrvaškem in v Bosni in Hercegovini.

Delež novih odprtih uporabnih površin po trgih:



Delež vlaganj po trgih:



Pregled vseh bruto uporabnih površin na dan 31.3.2015:

Bruto uporabna površina v m²

	Uporabljene za lastno dejavnost	Oddane v najem - Konzum	Oddane v najem - tretje osebe	Skupaj
Trgovske površine v lasti	623.704	109.037	211.728	944.469
Trgovske površine v najemu	448.887	67.302	92.632	608.821
Skupaj trgovske površine	1.072.591	176.339	304.360	1.553.290
Skladiščne površine v lasti	138.761	0	5.982	144.743
Skladiščne površine v najemu	12.418	25.982	6.658	45.058
Skupaj skladiščne površine	151.179	25.982	12.640	189.801
Poslovne površine v lasti	23.124	0	1.158	24.282
Poslovne površine v najemu	5.211	0	0	5.211
Skupaj poslovne površine	28.335	0	1.158	29.493
UPORABNE POVRŠINE V UPRAVLJANJU	1.252.105	202.321	318.158	1.772.584
- od tega v lasti	785.589	109.037	218.868	1.113.494
- od tega v najemu	466.516	93.284	99.290	659.090

PREGLED OTVORITEV MALOPRODAJNIH ENOT PO TRGIH V OBDOBJU 1-3 2015

SLOVENIJA

Nove površine: 6.798 m²

Število novih enot: 0

Otvoritve: razširitev Market 78, Izola; razširitev Marketa Kobarid; C&C Murska Sobota, C&C Ajdovščina, C&C Celje

Prenove:

Število enot: 8

Otvoritve: Market Britof, Kranj; Market Trg Maršala Tita 78, Jesenice; Market Maja, Maribor; Market Rožna dolina, Ljubljana; Hipermarket in Intersport MC Domžale; Supermarket Fužine, Ljubljana; Market Podpeč

HRVAŠKA

Nove površine: 313 m²

Število novih enot: 1

Otvoritve: Intersport Gračani, Zagreb

SRBIJA

Nove površine: 1.723 m²

Število novih enot: 3

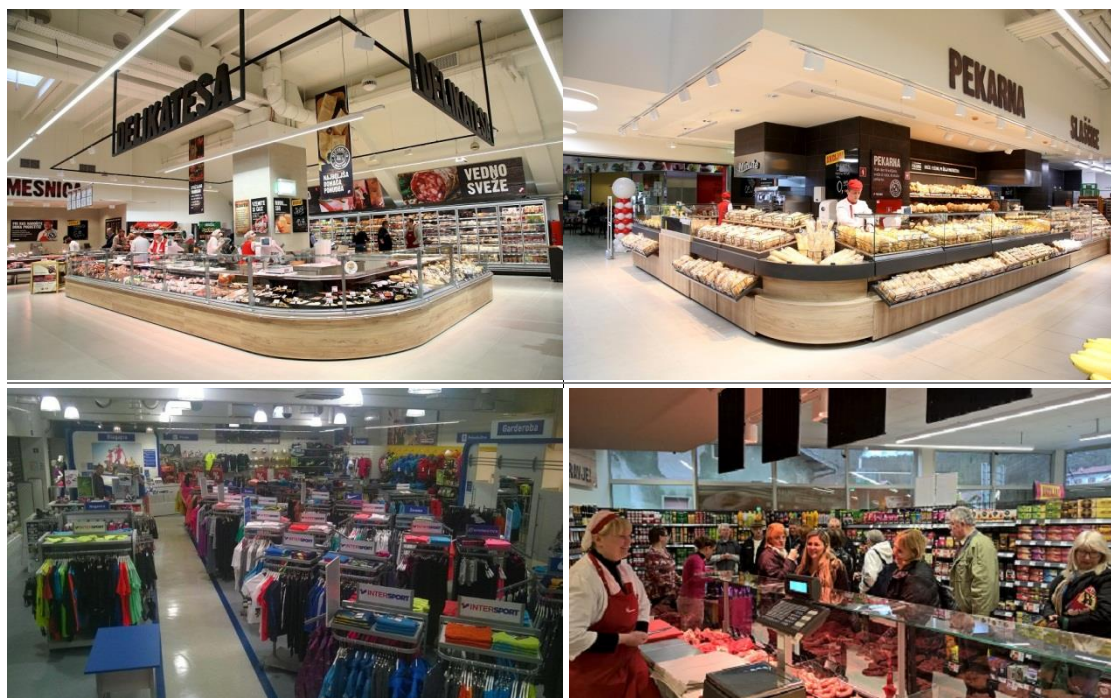
Otvoritve:

Santana Caffè bar, Beograd, Market 328, Subotica, Supermarket 327, Temerin

Prenove:

Število enot: 14

Otvoritve: Market 460 Kula 1; Market 402 Pirot; Market Kula 5; Market 404 Leskovac; Market 420 Kej, Novi Sad; Market 366 Sajam, Novi Sad; Market 445 Sajmište, Novi Sad; Market 425 Subotica; Market 435 Palić; Supermarket 412 Kaluđerica, Beograd; Market 391 Dušanovac, Beograd; Supermarket 357 Terazije, Beograd; Market 390 Stari Grad, Beograd; Logistično distribucijski center Novi Sad



UPRAVLJANJE S TVEGANJI

Prenovljen sistem spremljanja in obvladovanja tveganj v Skupini Mercator

Z letom 2015 smo v Mercatorju pričeli s spremljanjem in obvladovanjem tveganj po novem sistemu ter vzpostavili nov register tveganj za celotno Skupino Mercator. Tveganja smo razdelili na pet področij, znotraj teh pa določimo različne skupine tveganj, ki jih kot ključne zaznamo na podlagi vsakokratne analize preteklega poslovanja ter načrtov za prihodnje obdobje.

Področja tveganj so naslednja:

- Strateška tveganja
- Finančna tveganja
- Operativna tveganja
- Podporna tveganja
- Tveganja skladnosti

Ob zaključku obdobja 1-3 2015 smo izvedli analizo tveganj, s katero smo določili ključna potencialna tveganja, ki se lahko pojavijo v obdobju do konca leta 2015, ter opredelili načine obvladovanja le-teh.

V nadaljevanju so navedena tveganja, za katera ocenjujemo večjo verjetnost nastanka in večji vpliv na poslovanje Mercatorja.

Obvladovanja ključnih tveganj v obdobju 1-3 2015

STRATEŠKA TVEGANJA

So tveganja, povezana z dolgoročnim razvojem družb v Skupini Mercator, in se nanašajo na postavljanje in izvajanje strategije Skupine, stabilnost lastništva, integracijske procese, upravljanje družb v Skupini, spoštovanje etike, pretok informacij, ugled Skupine, trajnostno delovanje in podobno. So tveganja, ki se navezujejo vprašanje, kakšni bodo naši kupci, naši nabavni viri in storitve in kakšni bodo prodajni kanali v srednjeročni prihodnosti.

Korporativna tveganja

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Tveganje pravilne opredelitve in realizacije strategije	Glede na pomembnost kvalitetnih strateških usmeritev za družbo Mercator, d.d., ocenjujemo, da bi napačno definirana strategija ali nerazumevanje strategije s strani vseh deležnikov lahko imela negativen vpliv. V ta namen dosledno spremljamo realizacijo začrtane strategije in učinkovito komuniciramo o načinu izvajanja aktivnosti za doseganje ciljev opredeljenih v strategiji.
Tveganje izgube ugleda	Negativne informacije v povezavi z družbo Mercator, d.d., in Skupino Mercator imajo poleg dejanskega vpliva na aktivo družbe oziroma Skupine, velik vpliv tudi na ugled v okolju. Družba Mercator, d.d., z dobro zastavljeno transparentno komunikacijo z javnostmi in s finančno podporo številnim kulturnim in športnim dogodkom ter humanitarnimi akcijami ter z ostalimi družbeno odgovornim obnašanjem vpliva na pozitivno podobo v poslovnem in širšem družbenem okolju.
Tveganje neučinkovitega sistema vodenja in prevzemanja odgovornosti	Uprava družbe Mercator, d.d., skladno z dobro prakso in veljavno zakonodajo nadaljuje s svojim delovanjem kot odgovoren, pošten in skrben gospodar ter zagotavlja pretok informacij za doseg zastavljenih ciljev družbe Mercator, d.d., in Skupine.
Tveganje nespoštovanja zavez do bank	V povezavi s prevzemom družbe Mercator, d.d., s strani družbe Agrokor, d.d., je bil podpisan posebni protokol glede spoštovanja zavez do bank, katerega bo vsaj enkrat letno pregledal neodvisni revizor. V letu 2015 nadaljujemo z izvajanjem rednih pregledov vseh transakcij z družbami Skupine Agrokor, preglede o izpolnjevanju zavez o enakomerni porazdelitvi sinergij, ter preglede drugih zavez določenih s pogodbo.

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Tveganje pri odprodaji neosnovnih dejavnosti	Pri odprodaji neosnovnih dejavnosti Skupina Mercator tvega poslabšanje nabavnih pogojev, negativne učinke v okviru programa zvestobe Pika kartice, izgubo najemjemalca in s tem izpraznitev lokacij v Mercatorjevih centrih ter prehod obstoječih kupcev h konkurenci, zaradi zmanjšanja sinergijskih učinkov teh dejavnosti na osnovno dejavnost. Skladno s strategijo bodo v letu 2015 še naprej potekale aktivnosti za odprodajo neosnovnih dejavnosti Skupine Mercator. Prodajni procesi še niso zaključeni, s potencialnimi kupci pa se usklajujejo pogajalska izhodišča na način, da odprodaja dejavnosti ne bi negativno vplivala na zaznavo s strani potrošnikov in njihovo nakupno vedenje, ter na ostale zgoraj omenjene elemente.
Tveganje integracije prevzetih dejavnosti	Tveganje integracije prevzetih dejavnosti na trgih, kjer sta prisotna Mercator in Agrokor, se je zaznalo v drugi polovici leta 2014, ko je v okviru prevzema družbe Mercator, d.d., s strani družbe Agrokor, d.d., prišlo do konsolidacije po trgih. V letu 2015 bomo zasledovali transparentno komunikacijo o izvajanju poslovnih aktivnosti z vsemi zaposlenimi znotraj Skupine Mercator in Skupine Agrokor, ter zagotavljali sodelovanje s strani zaposlenih na vseh trgih.

Tveganja konkurenčnosti in zadovoljstva kupcev

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Tveganje padca tržnega deleža kot posledica novo odprtih trgovin konkurenčnih trgovcev	Gibanje tržnega deleža je povezano s spremembo neto kvadrature prodajne površine Mercatorja in konkurence. V kolikor konkurenčni trgovci odprejo več prodajnih površin kot Mercator, lahko temu sledi zmanjšanje tržnega deleža Mercatorja. Tržni delež Mercatorja zaenkrat ostaja stabilen. Z rednim izvajanjem trženjskih aktivnosti in akcijskih ponudb za kupce Mercator ohranja njihovo zadovoljstvo in lojalnost.

Tveganja razvoja ponudbe blaga in storitev

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Tveganja cenovne nekonkurenčnosti	S cenami upravljamo na podlagi v prejšnjem letu sprejete cenovne politike ter rednega spremljanja konkurenčnosti rednih maloprodajnih cen. Posebno pozornost še vedno posvečamo izdelkom, ki najbolj vplivajo na cenovno percepcijo. V okviru projekta Garantirano najnižja cena, cene teh izdelkov tedensko popisujemo, analiziramo razlike v cenah ter jih ustrezno korigiramo. V različnih časovnih intervalih preverjamo ter korigiramo tudi cene preostalih izdelkov. Še naprej redno mesečno spremljamo rezultate analize percepcije potrošnikov.
Tveganja neoptimalnega upravljanja z asortimanom in prodajnim prostorom na mikro nivoju	Asortimane upravljamo v skladu z načrtanimi strategijami in taktikami posameznih blagovnih skupin. Tekom leta 2015 bomo še naprej aktivno spremljali konkurenco ter evropske in svetovne trende ter po potrebi prilagodili strategijo upravljanja z asortimanom. Nadaljujemo projekt prenove procesov blagovnega poslovanja in s tem dokončno vzpostavitev infrastrukture za učinkovito upravljanje in vzdrževanje asortimanov in planogramov. V obdobju 1-3 2015 smo pričeli tudi z aktivno izdelavo in objavo planogramov.
Tveganje neoptimalnega upravljanja s prodajno pospeševalnimi aktivnostmi	Prodajno pospeševalne aktivnosti izvajamo v skladu s sprejetim marketinškim planom na podlagi katerega izvršni področji upravljanje blagovnih skupin in nabava ter marketing pripravljata podrobnejše kvartalne plane aktivnosti. Redno analiziramo učinkovitost vseh aktivnosti ter spremljamo konkurenco.

FINANČNA TVEGANJA

So tveganja, ki se nanašajo na upravljanje s financami. Vsebujejo kreditna, obrestna, valutna, likvidnostna, inflacijska, cenovna in podobna tveganja.

Finančna tveganja

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Kreditno tveganje do pravnih oseb	Kreditno tveganje do pravnih oseb predstavlja oceno tveganja, da bodo terjatve, ki so nastale z odloženim plačilom ostale le delno plačane ali neplačane. V ta namen je bil vzpostavljen centralni sistem upravljanja z limiti, ki omogoča učinkovitost in preglednost. Določijo se limiti kupca, ki se ga dnevno spremlja in se ga glede na plačilno disciplino in sezonske potrebe kupca prilagaja. Potrjevanje sprememb višine limitov poteka po matriki pristojnosti, predlogi za spremembo pa so lahko objektivni ali subjektivni. Vsak zahtevek za spremembo višine limita se presoja individualno. V letu 2015 je predvidena implementacija t.i. workflow-a, ki bo pomenila še bolj avtomatizirano in bolj dinamično spremljanje in spreminjanje limitov kupcev.
Plačilno-sposobnostno tveganje	Plačilno-sposobnostno tveganje je ocena tveganja, da v danem trenutku družba nima zadostnih sredstev za poravnavanje tekočih obveznosti. Skupina Mercator je v letu 2014 uspešno zaključila samostojno finančno prestrukturiranje posojil in si s tem zagotovila strukturo in ročnost posojil, ki predstavljajo dolgoročno finančno vzdržnost in zmožnost odplačevanje le-teh. Dolgovi družbe so bili reprogramirani do leta 2021. Ob prevzemu družbe Mercator, d.d., s strani hrvaške družbe Agrokor, d.d., je bil Mercator dokapitaliziran v višini 200 milijonov EUR. Večina teh sredstev je bila namenjena poplačilu dolgov do bank, kar je precej znižalo skupni dolg družbe. Omenjena dogodka, ki sta v finančnem smislu zaznamovala leto 2014, sta močno znižala stopnjo izpostavljenosti Mercatorja plačilno-sposobnostnemu tveganju, zato družba ocenjuje leto 2015 in tudi naslednja kot manj tvegana, kar zadeva tovrstno tveganje.
Valutno tveganje v družbi Mercator - S, d.o.o.	Valutno tveganje predstavlja tveganje izgube gospodarskih koristi zaradi deviznega tečaja EUR/RSD. Že v preteklosti je valuta RSD močno deprecirala in tudi v letu 2014 je izgubila 5,40 % vrednosti. Del tveganja se je znižal s tem, da se je v postopku prestrukturiranja nekaj kreditov v Srbiji konvertiralo iz valute EUR v RSD. Tveganje obvladujemo s stalnim spremljanjem in primerjavo makroekonomskih razmer v Srbiji in Sloveniji ter z ugotavljanje trendov. Poslovanje med družbama poskušamo v čimvečji meri prilagoditi tako, da se valutno tveganje zniža oziroma v čimmanjši meri negativno vpliva na gospodarske koristi obeh družb.

OPERATIVNA TVEGANJA

So tveganja, ki lahko ogrozijo operativno delovanje upravljanja blagovnih skupin in nabave, proizvodnje, logistike, maloprodaje in veleprodaje.

Tveganja delovanja upravljanja blagovnih skupin in nabave

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Neizpolnjevanje obveznosti dobaviteljev	<p>V letu 2015 bomo nadaljevali s poslovanjem z dobavitelji na pregleden način, kar nam omogoča pravočasno zaznavanje težav, s katerimi se dobavitelji soočajo ter hitro prilagajanje in s tem zmanjšanje možnosti neizdobav blaga.</p> <p>Neizdobave blaga nadzorujemo dnevno, tedensko in mesečno ter sproti sprejemamo korektivne ukrepe za njihovo zmanjšanje. Proces spremljanja neizdobav, vzpostavljen v letu 2014, nam omogoča hitrejšo sprejemanje ustreznih ukrepov.</p>
Sezonski vpliv	<p>Vremenske spremembe in s tem povezane naravne nesreče; poplave, dolgotrajna deževna obdobja imajo vedno večji vpliv na nabavni proces. Zaradi poplav in dolgotrajnega deževja v regiji v lanskem letu je v letošnjem letu zmanjšana ponudba in s tem pritisk na zvišanje cen vseh vrst oreščkov.</p> <p>Segment sezonskih izdelkov neživilskega programa prilagajamo potrebam potrošnikov in njihovi kupni moči. V prvem kvartalu letošnjega leta smo se osredotočili na učinkovito upravljanje zalog sezonskih izdelkov, kar je prineslo pozitivne želene rezultate. Skrbno planiramo naročanje sezonskih izdelkov, datume začetkov prodaj in datume začetkov razprodaj, s čimer zmanjšujemo tveganje padca razlike v ceni v tej kategoriji ter tveganje povečanja zalog.</p>
Dvig cen borznih izdelkov	<p>V prvem kvartalu letošnjega leta smo spremljali vpliv dviga cen borznih izdelkov na tiste blagovne skupine, katerih izdelki so bistveno podvrženi borznim vplivom. Zaznali smo pritiske na dvig cen v kategorijah oljčno olje ter na testeninah, kot posledica dviga cen durum pšenice. Zaradi padanja tečaja EUR/USD so prisotni pritiski na dvig cen izdelkov, ki vsebujejo surovine kakav, pomarančni koncentrat in druge surovine plačljive v ameriških dolarjih. Stabilnost cen pšenice in sladkorja imamo zagotavljamo do nove letine z dogovori o dolgoročnih odkupih. V prihodnjih mesecih bomo pričeli z dogovori o nakupu konzerviranega sadja in zelenjave, testenin ter drugih izdelkov lastne znamke, proizvedenih iz surovin letošnje letine, s ciljem, da si zagotovimo ustrezne letne količine in stabilne cene.</p>
Tveganja nedoseganja planirane razlike v ceni in nadomestil iz naslova aktivnosti pospeševanja prodaje	<p>Tveganja nedoseganja planirane razlike v ceni in nadomestil iz naslova aktivnosti pospeševanja prodaje obvladujemo s spremljanjem vseh ključnih kazalnikov uspešnosti poslovanja, ugotavljanjem odstopanj od planiranih vrednosti, ter pravočasnim sprejemanjem korektivnih ukrepov.</p> <p>Ključne kazalnike poslovanja spremljamo redno na tedenskem, mesečnem ter kumulativnem nivoju. Osredotočeni smo na realizirano razliko v ceni na tedenskem nivoju in na fakturirana nadomestila dobaviteljem na mesečnem in kumulativnem nivoju. V primeru ugotovljenih odstopanj smo v obdobju 1-3 2015 sprejemali ukrepe, tako na nivoju posameznih izdelkov, blagovnih skupin kakor tudi na asortimanih posameznih dobaviteljev.</p>

Tveganja delovanja veleprodaje

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Terjatve in sporne terjatve	<p>Do konca leta 2015 bomo izvajali naslednje aktivnosti za obvladovanje kreditnih tveganj pri prodaji na odloženo plačilo:</p> <ul style="list-style-type: none">• zapiranje terjatev po novi specifikaciji (po zapadlosti), s čimer se izognemo pogostim avtomatskim blokadam in povečevanju spornih terjatev;• seznanitev pravnega sektorja z vsemi pogodbnimi sklenjenimi s posameznimi kupci, s čimer bodo zavarovane vse terjatve;• avtomatska blokada ob nakupu za kupce z zapadlimi terjatvami nad 150 dni;• preučitev sistema, po katerem bi vlagali kupce v izvršbo po določenih kriterijih;• priprava načrta o sodelovanju z dobavitelji, ki so hkrati naši kupci. <p>Vsi zgoraj omenjeni ukrepi bodo v prihodnje vplivali na zmanjšanje verjetnosti nastalih novih spornih terjatvah.</p>
Okvara hladilnega sistema in elektroinštalacije	<p>Pripravili smo navodila za uporabo hladilne tehnike. Z navodili smo seznanili vse poslovođe in zaposlene v poslovalnicah Cash&Carry.</p>

PODPORNA TVEGANJA

So tveganja, ki se nanašajo na zaposlene, pravne zadeve, upravljanje z nepremičninami in opremo, informacijsko podporo in na upravljanje s škodnimi dogodki.

Informacijska tveganja

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Nedelovanje centralnih informacijskih sistemov (SAP, GOLD, Login, Hubie, e-pošta idr.)	<p>Zaradi pripojitve družb Skupine Mercator k Skupini Agrokor se na strani centralnih informacijskih sistemov izvaja več projektov v okviru konsolidacije in prilagoditve novim koncernskim politikam. Zavedamo se namreč tveganja, da lahko slabo izvedene aktivnosti negativno vplivajo na naše poslovanje.</p> <p>V okviru družbe Mercator, d.d., se je vzpostavila iniciativa, katere cilj je izboljšati učinkovitost obvladovanja sprememb centralnih informacijskih sistemov. Izvedla se je konsolidacija zahtev za spremembe na vseh ključnih informacijskih sistemih, prav tako se vzpostavlja napredna informacijska rešitev v podporo upravljanju teh sprememb.</p> <p>Organizacijsko so se prilagodili oddelki, ki upravljajo informacijsko infrastrukturo v družbi Mercator, d.d. S tem je doseženo hitreše reševanje neskladij in napak, ki so posledica prilagajanja informacijske infrastrukture koncernu in njegovim politikam.</p> <p>Pripravilo se je okolje za naprednejšo prijavo napake na IT opremi, ki omogoča strukturirano prijavo incidenta v maloprodaji in kompleksnejšo analizo teh napak.</p> <p>Nadaljuje se projekt uvedbe IT Service Management (ITSM) principov v družbo Mercator d.d. V okviru projekta se optimizirajo procesi upravljanja informacijskih sredstev, sprememb in problemov in uvaja informacijska rešitev v podporo tem procesom. Poleg tega se dodatno preverjajo in urejajo podatki o osnovnih in drugih informacijskih sredstvih.</p>
Napačni podatki v centralnih ali maloprodajnih sistemih, kar se zgodi zaradi napake v procedurah, ki prenašajo in obdelujejo podatke, ali zaradi vdora v sistem	<p>Uvedba IT Service Management (ITSM) principov v družbo Mercator d.d., se izvaja tudi z namenom zmanjšanja tveganja napačnih podatkov. V zvezi s tem tveganjem se v okviru projekta optimizira proces upravljanja problemov in uvaja informacijska rešitev v podporo temu procesu. Ko se standardizira proces in uvede informacijska rešitev se bodo v okviru procesa odkrivale slabosti v procedurah in postopkih, v katerih se obvladujejo podatki za prodajo blaga (cene in akcije).</p>
Nedelovanje tretjine odjemalcev poslovnega informacijskega sistema (osebni računalnikov, prenosnikov)	<p>Uvedba IT Service Management (ITSM) principov v družbo Mercator d.d., se izvaja tudi z namenom zmanjšanja tveganja nedelovanja dela odjemalcev poslovnega informacijskega sistema. V zvezi s tem tveganjem se v okviru projekta optimizira proces upravljanja informacijskih sredstev in uvaja informacijska rešitev v podporo temu procesu. Ko se standardizira proces in uvede informacijska rešitev se bo v okviru procesa vzpostavila napredna evidenca o odjemalcih poslovnega informacijskega sistema, ki bo poleg podatkov o osnovnih sredstvih vključevala tudi ključne infrastrukturne podatke teh sredstev. Napredna evidenca bo omogočala evidentiranje in spremljanje pojava napak na posameznem sredstvu in napredno analizo dogodkov na teh odjemalcih.</p>

TVEGANJA SKLADNOSTI

So tveganja, ki se nanašajo na izpolnjevanje zahtev računovodske zakonodaje in standardov, davčnih zahtev, zdravja in varnosti pri delu, zahtev zdravstvene ustreznosti in varnosti živil v proizvodnji in prometu in tveganja povezana s prepoznanimi okoljskimi vidiki.

Okoljska tveganja

Ključne skupine tveganj	Način obvladovanja zaznanih skupin tveganj
Električna energija	<p>Veliko število poslovnih enot Mercatorja zahteva jasno določene aktivnosti za doseganje čim bolj racionalne rabe električne energije. V okviru projekta za podrobno spremljanje in učinkovito rabo energije, ki ga izvajamo z zunanjim pogodbenim partnerjem, so bili vgrajeni merilniki energije na 19-tih objektih. V nadaljevanju načrtujemo omenjene objekte vključiti v sistem za energetske knjigovodstvo in nadaljevati z vgradnjo merilnih naprav ter pripravo projektov za učinkovito rabo energije. Cilj je znižati rabo energije za 1 % na letnem nivoju. Prav tako smo izvajali aktivnosti za racionalno rabo energije tudi v upravni stavbi, kjer smo vse zaposlene z internimi novicami obvestili o spremembah režima ogrevanja in hlajenja in o splošnih ukrepih učinkovite rabe energije.</p>

FINANČNO UPRAVLJANJE

Stabilno finančno poslovanje

Neto finančni dolg Skupine Mercator je na dan 31.3.2015 znašal 835.418 tisoč EUR, kar je za 6,3 % več, kot je znašal konec leta 2014, in 14,3 % manj kot na dan 31.3.2014. Povišanje neto finančnega dolga glede na konec leta 2014 je predvsem iz naslova črpanja prostih dolgoročnih kreditnih linij pri bankah. Večje zadolževanje je posledica povišanih potreb po obratnem kapitalu v obdobju 1-3 2015.

v 000 EUR	31.3.2015	31.12.2014	31.3.2014	Indeks	Indeks
				31.3.2015/ 31.12.2014	31.3.2015/ 31.3.2014
Dolgoročne finančne obveznosti	836.297	806.640	327.770	103,7	255,1
Kratkoročne finančne obveznosti	45.117	42.998	705.766	104,9	6,4
Izpeljani finančni instrumenti (obveznosti)	0	0	537	-	-
Finančne obveznosti skupaj z izpeljanimi finančnimi inštrumenti	881.414	849.638	1.034.073	103,7	85,2
Denar in denarni ustrezniki	15.070	34.223	13.880	44,0	108,6
Izpeljani finančni instrumenti (sredstva)	0	0	6	-	-
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	1.178	1.178	820	100,0	143,7
Dana posojila in depoziti	29.748	28.262	44.684	105,3	66,6
Finančna sredstva	45.996	63.663	59.390	72,2	77,4
NETO FINANČNI DOLG	835.418	785.975	974.683	106,3	85,7

Stroški financiranja

V obdobju 1-3 2015 je znašala povprečna vrednost 6-mesečnega Euriborja 0,125 %, na koncu obdobja je le-ta znašal le še 0,087 %. V primerjavi z enakim obdobjem leta 2014, ko je bilo povprečje 6-mesečnega Euriborja 0,397 %, se je Euribor povišal za 0,272 odstotne točke.

Kapitalska sestava in razmerje med finančnimi obveznostmi

Skupina Mercator je na dan 31.3.2015 dosegla kapitalsko sestavo z razmerjem 1:1,33 med lastniškim kapitalom in neto finančnim dolgom.

Ročnostna struktura finančnih obveznosti Skupine Mercator je na dan 31.3.2015 znašala 94,9 %, kar je enako, kot je znašala na dan 31.12.2014.

Po prestrukturiranju družbe Mercator, d.d., so vse finančne obveznosti družbe variabilne, vezane na obrestno mero Euribor.

Razpoložljivi likvidnostni viri na dan 31.3.2015

Na dan 31.3.2015 je imela Skupina Mercator na razpolago naslednje likvidnostne vire:

v 000 EUR	31.3.2015
Denar in denarni ustrezniki	15.070
Nečrpana odobrena revolving posojila	16.228
Skupaj	31.298

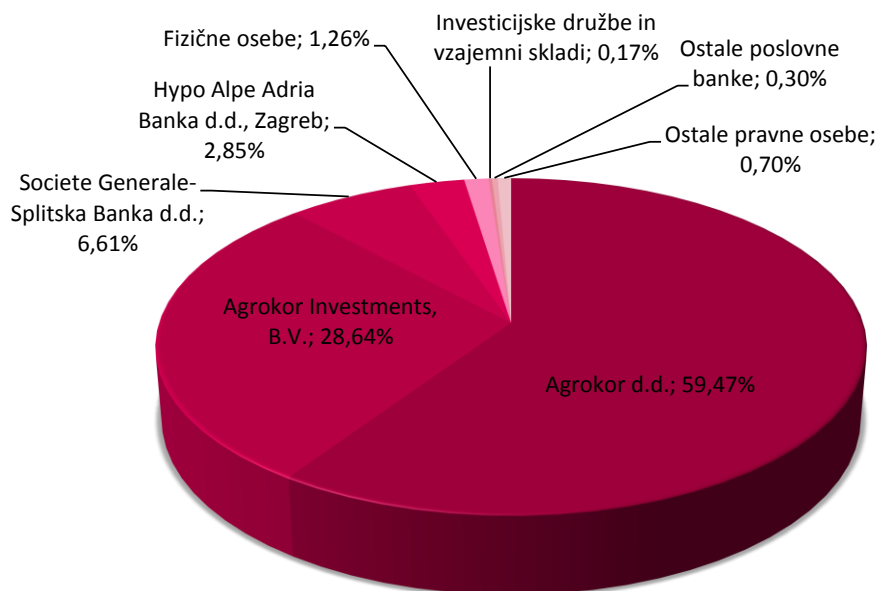
MERCATORJEVA DELNICA IN ODNOSI Z VLAGATELJI

Delnica in lastniška struktura

Osnovni podatki o delnici družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 31.3.2015

Oznaka	MELR
Vrsta	Redne delnice
Borzna kotacija	Prva kotacija Ljubljanske borze
Vrednost osnovnega kapitala	254.175.051,39 EUR
Število delnic	6.090.943
Število lastnih delnic	42.192
Število delničarjev	2.604

Lastniška struktura družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 31.3.2015



Največji delničarji

Deset največjih delničarjev družbe je imelo na dan 31.3.2015 v lasti **98,36 %** podjetja.

Največji delničarji	Država	Število delnic	Delež
1 Agrokor d.d.	Hrvaška	3.621.992	59,47%
2 Agrokor Investments B.V.	Nizozemska	1.744.187	28,64%
3 Societe Generale - Splitska Banka d.d.	Hrvaška	402.689	6,61%
4 Hypo Alpe-Adria-Bank d.d	Hrvaška	173.434	2,85%
5 Galić Josip	Hrvaška	21.525	0,35%
6 Erste Group Bank AG	Avstrija	13.148	0,22%
7 Gustavia Balkan	Švedska	10.000	0,16%
8 Horvat Jože	Slovenija	1.238	0,02%
9 Clearsteam Banking SA	Luksemburg	1.170	0,02%
10 Banque Pictet and Cie SA	Švica	1.107	0,02%
Skupaj		5.990.490	98,36%

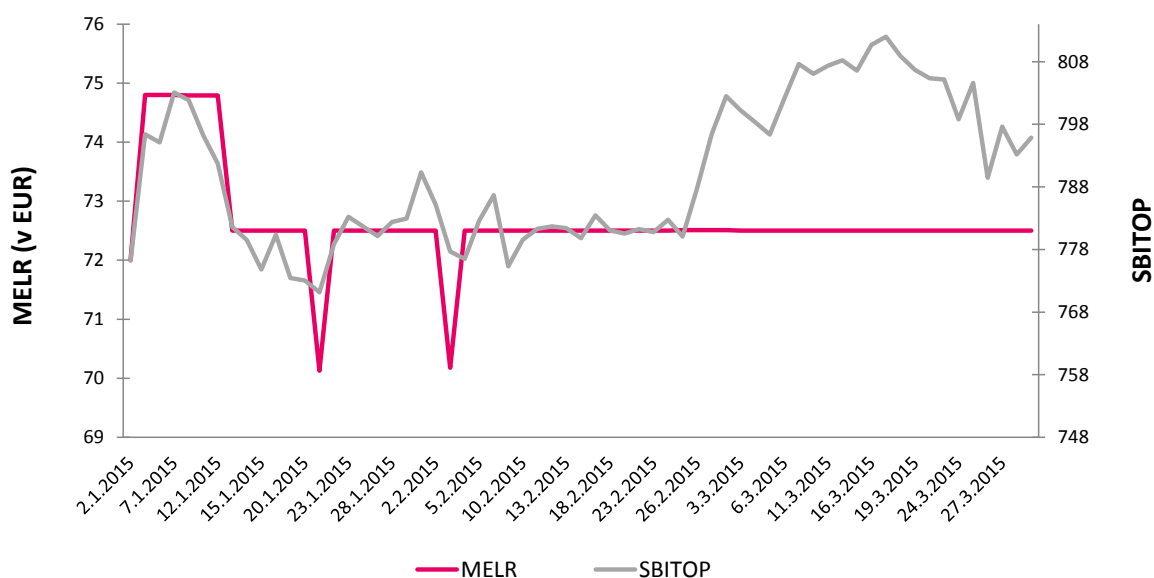
Delnice v lasti članov uprave in nadzornega sveta na dan 31.3.2015

	Ime in priimek	Funkcija	Število delnic	Delež
Uprava				
1	Toni Balažič	predsednik uprave	0	0,0000%
2	Drago Kavšek	član uprave	0	0,0000%
3	Igor Maroša	član uprave	0	0,0000%
Skupaj			0	0,0000%
Nadzorni svet				
1	Ante Todorić	predsednik nadzornega sveta	0	0,0000%
2	Matej Lahovnik	namestnik predsednika nadzornega sveta	0	0,0000%
3	Damir Kuštrak	član nadzornega sveta	0	0,0000%
4	Ivan Crnjac	član nadzornega sveta	0	0,0000%
5	Darko Knez	član nadzornega sveta	0	0,0000%
6	Ivica Mudrinić	član nadzornega sveta	0	0,0000%
7	Veljko Tatič	član nadzornega sveta	0	0,0000%
8	Vesna Stojanovič	članica nadzornega sveta	0	0,0000%
9	Ivan Valand	član nadzornega sveta	0	0,0000%
Skupaj			0	0,0000%

Tuji delničarji

Na dan 31.3.2015 je delež tujih delničarjev v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., znašal **98,42 %** in se je v primerjavi z deležem na dan 31.3.2014 zvišal, in sicer za 71,78 odstotne točke.

Gibanje zaključnega tečaja delnice MELR v obdobju 1-3 2015 v primerjavi z gibanjem indeksa SBITOP



Najpomembnejši podatki za delničarje

	31.3.2015	31.3.2014	Indeks 31.3.2015/ 31.3.2014
Število delnic vpisanih v sodni register	6.090.943	3.765.361	161,8
Število lastnih delnic	42.192	42.192	100,0
Tržna kapitalizacija (v EUR)	441.593.368	263.575.270	167,5
Tržna cena delnice (v EUR)	72,50	70,00	103,6
Knjigovodska vrednost delnice (v EUR)	107,01	154,40	69,3
Najnižji zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	70,13	66,01	106,2
Najvišji zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	74,80	84,50	88,5
Povprečni zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	72,64	72,21	100,6
Osnovna čista dobičkonosnost navadne delnice (v EUR)*	5,9	(4,1)	-

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

Tržna kapitalizacija je izračunana kot zmnožek števila delnic vpisanih v sodni register na dan 31.3. ter tržne cene delnice na dan 31.3.

Knjigovodska vrednost delnice je izračunana kot razmerje med vrednostjo kapitala družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 31.3. ter tehtanim povprečnim številom navadnih delnic v opazovanem obdobju brez lastnih delnic.

Dividendna politika

Družba Mercator, d.d., je v poslovnem letu 2014 realizirala negativen poslovni izid, zato izplačilo dividend v letu 2015 ni predvideno.

Lastne delnice

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je imela na dan 31.3.2015 v lasti 42.192 lastnih delnic. Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-3 2015 ni kupovala, niti prodajala lastnih delnic.

Spremembe v lastniški strukturi

Dne 25.2.2015 je družba Agrokor, d.d., pridobila dodatnih 581.395 delnic družbe Mercator, d.d., in sicer s sklenitvijo pogodbe o nakupu in prodaji delnic z družbo Agrokor Investments B.V., s čimer se je delež družbe Agrokor, d.d., v družbi Mercator, d.d., povečal s 49,92 % na 59,47 %, delež družbe Agrokor Investments B.V., v družbi Mercator, d.d., pa se je zmanjšal s 38,18 % na 28,64 %. Družbama Agrokor, d.d., in Agrokor Investments B.V., se skupni delež v družbi Mercator ni spremenil in znaša 88,10 %, prav tako ostaja nespremenjen njun delež glasovalnih pravic, ki znaša 88,72 %.

TRAJNOSTNO POROČILO

V Mercatorju se zavedamo pomembnosti našega vpliva na okolje v katerega smo vpeti in na deležnike s katerimi smo v stiku. V središče delovanja postavljamo naše zveste kupce. Zanje se vsi zaposleni v Mercatorju vsak dan trudimo, da jim zagotavljamo kakovostno in prijetno nakupno izkušnjo. Pomemben člen za nemoteno delovanje naše dejavnosti predstavljajo tudi dobavitelji, s katerimi ohranjamo dolgotrajno sodelovanje, ki temelji na transparentni komunikaciji in medsebojnem zaupanju. Odgovorno in trajnostno naravnano delovanje pa ni omejeno zgolj na naše poslovalnice in trgovsko dejavnost, temveč se aktivno vključujemo tudi v širše družbeno dogajanje. S sponzorstvi, donacijami in drugimi dobrodelnimi akcijami skušamo predvsem v današnjih oteženih gospodarskih okoliščinah pomagati širši družbi ter s tem pripomoči k večjemu optimizmu za prihodnost.

ODGOVORNOST DO KUPCEV

Marketinške aktivnosti vezane na ponudbo okolju prijaznih izdelkov in storitev

V sklopu projekta »Iz domačih krajev« se nadaljuje sklepanje dogovorov s pridelovalci glede večjih odkupnih količin slovenskih pridelkov. Skupaj s pridelovalci poskušamo potrošnikom ponuditi vedno več ponudbe in raznolikih sort slovenskega sadja in zelenjave. S projektom ohranjamo okolje in skrbimo, da je pridelovalcu omogočena hitrejša pot do naših polic.

V projektu velik poudarek namenjamo vedno širši ponudbi slovenskega sadja in zelenjave na tržnicah Iz domačih krajev, novim in inovativnim izdelkom iz slovenske pšenice iz Pekarne Grosuplje, ponudbo mesa rejenege v Sloveniji v mesnicah v redni ponudbi, široko ponudbo mleka in mlečnih izdelkov iz 100 % slovenskega mleka.

Skrb za varno hrano

V obdobju 1-3 2015 smo izvedli 177 rednih in 7 izrednih kontrol poslovalnic. Ker želimo potrošniku ponuditi varne, skladne in kakovostne proizvode, smo analizirali 159 vzorcev iz naslova lastne trgovske znamke, izvedli monitoring 189 vzorcev na odprtih oddelkih in zabeležili še 21 drugih analiz (državni nadzor, lastna proizvodnja, lastni uvoz idr.).

ODGOVORNOST DO ZAPOSLENIH

V letu 2014 so potekali procesi prestrukturiranja in reorganizacij, s cilji vzpostavljanja učinkovitejših procesov dela, zmanjšanjem obsega režije in zmanjšanjem stroškov dela. Z navedenimi procesi nadaljujemo tudi v letu 2015. Kljub temu se ves čas zavedamo, da so središče našega delovanja naši zaposleni, ki pomembno prispevajo k zadovoljstvu kupcev in s tem uresničevanju poslovnih ciljev Mercatorja.

29.01.2015 je bila v družbi Mercator - S, d.o.o., podpisana nova podjetniška kolektivna pogodba. Zaposleni iz Ideinih prodajalnih so prešli na fiksni obračun plač. Na dan 31.3.2015 smo v podjetju zaposlovali 200 delavcev s priznano kategorijo invalidnosti, kar predstavlja 51,15 % vseh zaposlenih.

V družbi Mercator - H, d.o.o., je bil prvi kvartal zaznamovan z nadaljevanjem integracijskih procesov z družbami Skupine Agrokor, pri čemer je šest sodelavcev prešlo v družbo Konzum, d.d., pet pa v družbo mStart, d.o.o. Hkrati je potekalo tudi dezinvestiranje maloprodajnih enot, in sicer smo dezinvestirali devet enot. Kjer je bilo le mogoče, se je iskalo nove delodajalce za prevzem zaposlenih. Tako je 42 zaposlenih prešlo v konkurenčno družbo Pevec, d.d., 14 v družbo Metss, d.o.o., preostali pa so presežni delavci.

V družbi Mercator - BL, d.o.o., smo za sodelavce v režiji uvedli variabilni del plače. Sprejeta sta bila nova pravilnika o sistemizaciji delovnih mest in obračunu plač.

Pregled števila zaposlenih

	Število zaposlenih na dan 31.3.2015	Število zaposlenih na dan 31.12.2014	Indeks števila zaposlenih 31.3.2015/31.12.2014	Število zaposlenih iz ur v obdobju 1-3 2015
Slovenija	11.040	11.101	99,45	10.195
Srbija	8.731	8.880	98,32	8.498
Črna gora	1.111	1.239	89,67	1.050
Hrvaška	962	1.207	79,70	976
Bosna in Hercegovina	199	216	92,13	189
SKUPAJ	22.043	22.643	97,35	20.908

Skrbimo za razvoj, motiviramo in povežujemo zaposlene

V obravnavanem obdobju smo v Skupini Mercator izobraževanju in usposabljanju namenili 21.872 ur, v katerega smo vključili 5.228 zaposlenih.



V okviru projekta Nasledstva v maloprodaji smo v matični družbi začeli z izvajanjem Maloprodajne akademije, v katero je vključenih 69 sodelavcev, za katere ocenjujemo, da imajo potencial in željo za prevzem delovnega mesta poslovođaja. Izobraževanja so podprta z individualnimi *coachingi*, ki so jih deležni vsi udeleženci programa, izvajajo pa jih naši interni coachi.

Za vodje maloprodajnih enot smo pripravili celovit paket izobraževanj v obsegu 32 andragoških ur s ciljem povezati med seboj nove sodelavce, uravnati stres na delovnem mestu in okrepiti veščine vodenja in komuniciranja. Želimo aktivirati potencialne udeležencev, jih spodbujati k iskanju lastnih rešitev ter izboljšati kvaliteto medosebnih odnosov.

V matični družbi se je za *executive coaching* odločilo sedem izvršnih direktorjev.



Projekt Razvoj prodajnih veščin je zaživel tudi v divizijah Modiana in Tehnika v Sloveniji. Marca smo pričeli z izvajanjem dvodnevni delavnic, ki se jih bo do konca junija udeležilo 662 sodelavcev iz Tehnike in 311 sodelavcev iz Modiane. Izdali smo priročnika Sem odličen prodajalec in svetovalec za udeležence iz Tehnike in Sem odličen prodajalec in stilist za udeležence iz Modiane.



Sredi januarja smo v Sloveniji izvedli dan odprtih vrat za dijake, ki se šolajo na programu mesar ter meso in izdelava mesnin. Obiskalo nas je 67 dijakov, katerim je naš strokovnjak s področja mesa predstavil koncept Mercatorjeve mesnice ter jim približal poklic mesarja s perspektive mesarja-prodajalca. Dijakom smo ponudili kadrovske štipendije, da jim finančno olajšamo leta šolanja in hkrati poskrbimo za to, da bo v prihodnje v naših vrstah dovolj dobrih predstavnikov mesarske stroke. Z enim smo pogodbo o štipendiranju že sklenili.

V Srbiji smo opremili izobraževalni center v Novem Sadu. Nadgrajen je bil Portal Idea, zaživela je nova aplikacija za zaposlovanje in oblikovana je bila trenerska mreža za administrativno podporo.

V družbi Mercator - BL, d.o.o., smo z internimi izvajalci izvedli usposabljanje zaposlenih iz maloprodajnih enot s ciljem dviganja kakovosti storitev in izboljšanja prodajnih veščin.

Sodelavci iz družbe Mercator - Emba, d.d., se usposablajo v sklopu projekta »Vseživljenjska karierna orientacija za delodajalce in zaposlene«, ki ga sofinancira Javni sklad Republike Slovenije za razvoj kadrov in štipendije.



V matični družbi smo temeljito prenovili Priročnik za novozaposlene, ki je sopotnik vsakemu novemu zaposlenemu pri spoznavanju Mercatorja. Že 11. ponatis priročnika bo natisnjen v nakladi 300 izvodov.

Trenerska mreža v družbi Intersport ISI, d.o.o., nadaljuje delo v maloprodaji za uspešno komuniciranje in vzpostavitev boljših odnosov s strankami pri prodaji.

V družbi Intersport ISI, d.o.o., mesečno nagradujemo po šest najboljših zaposlenih v maloprodaji ter najboljšega zaposlenega v logistiki.

V Sloveniji smo v okviru ustanove Humanitarne fundacije Mercator pomagali 47 pomoči potrebnim sodelavcem iz družb Mercator, d.d., in Mercator IP, d.o.o. Izplačali smo humanitarno pomoč v skupni višini 26.545 EUR. Podelili smo tudi pet socialnih štipendij otrokom naših zaposlenih v skupnem znesku 1.500 EUR. V Srbiji smo v okviru Fondacije solidarnosti Mercator dodelili humanitarno pomoč 18 zaposlenim v skupni višini 7.802 EUR. V Črni gori je Fond solidarnosti pomagal 8 sodelavcem s skupnim izplačilom humanitarne pomoči v znesku 1.100 EUR, na Hrvaškem pa 9 sodelavcem s skupnim izplačilom 4.316 EUR.

ODGOVORNOST DO NARAVNEGA OKOLJA

Zmanjšanje porabe električne energije in energentov za ogrevanje

Za učinkovito rabo energije smo zaslužni vsi zaposleni v Mercatorju. S tem namenom se kvartalno ob spremembi režima ogrevanja in hlajenja redno obvešča vse zaposlene preko intranetnega portala o spremembi nastavitve režimov in o upoštevanju navodil iz Priročnika o učinkoviti rabi energije.

Mesečno se pripravlja Poročilo o okoljskih vidikih (energentih) za Skupino Mercator in analize po posameznih enotah, na osnovi katerih se analizira posamezna odstopanja in določi nadaljnje ukrepe.

Za 51 objektov se v okviru projekta »Retail Care« izvaja nadzor nad delovanjem hladilne tehnike. Z optimizacijo v povprečju dosegamo znižanje porabe električne energije za delovanje hladilne tehnike za približno 13 %.

Z vgradnjo 24 enot soproizvodnje električne in toplotne energije za doseganje nižje cene toplotne in električne energije, realiziramo nižji strošek električne in toplotne energije.

V okviru projekta »Nadgradnje obstoječega energetskega knjigovodstva s podrobnejšim ciljnim spremljanjem rabe energije in izvajanje ukrepov učinkovite rabe energije s pomočjo pogodbenega partnerja Maked Energea« so bili vgrajeni merilniki energije na 19-tih objektih. V prihodnje je za omenjene objekte predvidena vključitev v sistem za energetske knjigovodstvo, ter v naslednjem koraku vgradnja merilnih naprav na ostalih planiranih objektih ter izvedba projektov za učinkovito rabo energije.

V Mercatorju smo si zastavili cilj znižati rabo energije za 1 % na letnem nivoju.

Zmanjšanje rabe naravnih virov in nastajanja odpadnih snovi

V Mercatorju spoštujemo naravno okolje, zato poleg izpolnjevanja zahtev okoljske zakonodaje izvajamo tudi vrsto drugih aktivnosti, s katerimi preprečujemo in zmanjšujemo negativne vplive na okolje.

Za leto 2015 smo ocenili okoljska tveganja, ki so tveganja povezana s prepoznanimi okoljskimi vidiki v Skupini Mercator, kot so področja porabe surovin in energije, emisij v zrak, izpustov v vode, odpadkov in drugo. Največja okoljska tveganja, ki smo jih prepoznali za leto 2015 so bila tveganja na področju električne energije, ogrevanja in ravnanja z odpadki. Edino prepoznano kritično tveganje je bilo tveganje za okoljski vidik Električna energija, ki je povezano z manj učinkovito rabo električne energije zaradi neoptimalno oblikovanih poslovnih procesov in vgrajenih tehnologij. Oblikovana sta bila dva sklepa z ukrepi za zmanjšanje posledic kritičnega okoljskega tveganja.

S ciljem doseganja srednjeročnega načrta zmanjšanja količin mešanih komunalnih odpadkov za 10 %, smo v sedmih poslovalnicah optimizirali prostornino zabojnikov za mešane komunalne odpadke ter namestili ustrezne zabojnike za drobno odpadno embalažo in biološke odpadke ter tako **zmanjšali strošek ravnanja z mešanimi komunalnimi odpadki za 8 tisoč EUR na letnem nivoju.**

S **Centrom za ponovno uporabo (CPU)** nadaljujemo sodelovanje na področju oddaje poškodovanih izdelkov, ki jih v CPU z manjšimi popravili in inovativno obnovo pripravijo za ponovno uporabo. Tako zmanjšujemo količine nastalih odpadkov in izkazujemo **odgovoren odnos do virov in surovin**.

S pooblaščenim izvajalcem meritve hrupa smo sklenili pogodbo za izvedbo **meritev hrupa v naravno okolje** na 200 lokacijah. Meritve, ki morajo biti izvedene vsaka 3 leta, se bodo začele izvajati takoj, ko bodo izpolnjeni vsi pogoji za pravilno izvedbo meritev (ko bodo zagotovljeni primerni vremenski pogoji ter bodo vsi viri hrupa obratovali s polno močjo).

V obratu Pekarna Grosuplje so bile izvedene prve **meritve odpadnih voda** z namenom identifikacije vrste odpadne vode (komunalne odpadne vode oziroma industrijske odpadne vode).

Z namenom učinkovitega obvladovanja okoljskih vidikov smo pripravili in standardizirali **Tehnološki postopek ravnanja z odpadnimi zdravili** in ažurirali **Navodila za vnos okoljskih podatkov izdelkov** v aplikacijo GOLD.

Izveden je bil **davčni carinski inšpekcijski nadzor** v sklopu katerega pri preverjanju **področja okoljskih dajatev** niso bile ugotovljene nepravilnosti.

Inšpektorati Republike Slovenije za področje varstva okolja so izvedli 3 **inšpekcijske preglede**, v nobenem primeru ni bilo ugotovljenih nepravilnosti.

Vzdržna logistika in organizacija oskrbne verige

Osnovno poslanstvo področja Oskrbovalnih verig v okviru družbe Mercator, d.d., ostaja izvedba učinkovite oskrbe dostavnih mest, lastne prodajne mreže in zunanjih kupcev, s trgovskim blagom. Razpolagamo z logistično infrastrukturo - skladiščno in transportno; ustrezno delovanje obojega pa je neločljivo povezano z uporabo raznih vrst energentov, katerih stranski učinki predstavljajo obremenitev za okolje.

V prvem četrtletju leta 2015, v primerjavi z enakim obdobjem lani, je bila poraba energentov v povezavi z delovanjem skladiščne infrastrukture na enaki ravni, saj se kapacitete skladišč, ki jih uporabljamo, niso spremenile. Fizični obseg priprave in distribucije trgovskega blaga v prvem četrtletju je ostal na primerljivi ravni z enakim obdobjem lanskega leta. V marcu 2015 smo v nekaj zaporednih tedenskih fazah izvedli integracijo distribucije večjega dela blagovnega toka iz programa svežega mleka in mlečnih izdelkov v centralizirano lastno distribucijo; ta blagovni tok je bil v preteklosti organiziran deloma v direktni oskrbi s strani dobaviteljev, deloma pa v oskrbi logističnega partnerja. Preusmeritev distribucije svežega mleka in mlečnih izdelkov smo zaključili s koncem marca 2015, pri čemer smo v celoti izkoristili obstoječe lastne logistične zmogljivosti, iz tega naslova ravno tako ne bo povečanja porabe energentov.

Uporaba transportnih zmogljivosti v prvem četrtletju leta 2015 ostaja na primerljivem nivoju enakega obdobja lani. Rahlo povečanje števila prevoženih kilometrov je skladno s povečanim številom prevozov blaga, oboje pa je posledica postopne, v več fazah izvedene intergacije distribucije programa svežega mleka in mlečnih izdelkov. Posledično bo zaradi preusmeritve distribucije manjša uporaba transportnih zmogljivosti pri direktnih dobaviteljih in pri logističnem partnerju.

V prvem četrtletju leta 2015 smo obdržali ugoden trend izkoristka tovorih vozil. V primerjavi z enakim obdobjem lani je izkoristek transportnih zmogljivosti boljši za 1,2 odstotka.

ODGOVORNOST DO DRUŽBENEGA OKOLJA

Donacije in sponzorstva

V Skupini Mercator tudi v letu 2015, skladno z našim sloganom najboljšega sosedu, sledimo tradiciji sprotnega odzivanja na potrebe lokalnih okolij, v katerih delujemo. Odgovorimo na vse prispelle prošnje društev, organizacij, klubov in posameznikov. Glede na trenutno težko družbeno, ekonomsko in socialno situacijo v državi pa pri dodeljevanju sredstev največji poudarek namenjamo humanitarnim projektom. V prvih treh mesecih leta 2015 smo podprli **več kot 400 različnih projektov** na humanitarnem, kulturnem, izobraževalnem in športnem področju.

Z donacijo viškov hrane do toplega obroka

V letu 2015 nadaljujemo projekt Viški hrane. Tako prostovoljci Lions klubov iz Celja, Maribora, Trbovelj, Velenja, Kopra, Domžal, Brnika in Slovenj Gradca ter Skupnosti Cenacolo vsak večer prevzamejo hrano v 20 prodajalnah po vsej Sloveniji.

Donacije ob otvoritvi prenovljenih sosedov

Ob otvoritvi šestih sosedskih prodajalnih smo podelili donacijo v višini 1.000 EUR Vrtcu Jesenice, Vrtcu Mavrica Izola, Vrtcu Urša, Turističnemu društvu Kobarid, PGD Podpeč in Sončku VDC Maribor.



Humanitarnost

Na humanitarnem področju smo poleg številnih pomoči društvom in posameznikom med drugim donirali Zvezi prijateljev mladine Moste Polje za socialno ogrožene družine, Hiši zavetja Palčica v Grosuplju in Hiši zavetja v Pilštanju.



Sponzoriranje

Na športnem področju smo sponzorji Olimpijskega komiteja Slovenije, Rokometnega kluba Krim Mercator, Rokometnega kluba Celje Pivovarna Laško, Nogometne zveze Slovenije, Nogometnega kluba Maribor, Smučarsko skakalnemu klubu Ilirija, košarkarski ekipi na vozičkih Društva paraplegikov ljubljanske pokrajine, ter Mancini Notar, tekmovalki stoječega veslanja. Smo tudi tradicionalni podporniki kurentovanja na Ptuju. Prav tako smo sponzor prodajne konference - Sales Summit.



Varstvo konkurence in postopki pred sodišči

Globalna politika družbe Mercator, d.d., in njenih hčerinskih družb, je zagotavljanje delovanja njenih zaposlenih, zastopnikov in pooblaščenec, ne glede na kraj, kjer se nahajajo, skladno z veljavno in zavezujočo zakonodajo, pravili ter predpisi na vseh področjih dela. Del te zaveze predstavlja spoštovanje konkurenčne zakonodaje in trgovinskih predpisov, ki zagotavljajo učinkovito konkurenco na trgu tako v Sloveniji kot v tujini.

Na področju zagotavljanja skladnega poslovanja v poslovnem in širšem družbenem okolju je Mercator sprejel notranje zavezujoče smernice, v katerih je opredelil ravnanja za preprečevanje korupcije, nasprotja interesov, pranja denarja ipd., ter o vzpostavitvi mehanizma razkrivanja spornih praks v podjetju.

ODGOVORNOST DO DOBAVITELJEV

V Mercatorju v sodelovanju z domačimi dobavitelji ponujamo našim potrošnikom kar največ domačih pridelkov in izdelkov. S širjenjem slovenske in lokalne ponudbe za naše potrošnike povečujemo samooskrbo v Sloveniji. Sodelujemo s preverjenimi dobavitelji, ki imajo zagotovljeno sledljivost izdelkov.

Sveže sadje in zelenjava slovenskega porekla

Sodelujemo z več kot 100 domačimi dobavitelji sadja in zelenjave, s samostojnimi pridelovalci in s pridelovalci vključenimi v kmetijske zadruge. V obdobju 1-3 2015 smo z dobavitelji dogovorili odkupne količine za letošnje leto. Odkupljene količine pridelkov se pri vseh povečujejo. V letu bo 2015 bo povečan odkup slovenskih jabolk, nekoliko se je zmanjšal odkup hrena.

Pridelke slovenskih pridelovalcev sadja in zelenjave ponujamo potrošnikom na tržnicah iz domačih krajev. S pomočjo QR kod na označevalcih, ki se nahajajo poleg sadja in zelenjave domačih pridelovalcev, lahko potrošniki na svojih mobilnih napravah dostopajo do informacij o posameznem pridelovalcu. Izbrani pridelovalci so predstavljeni tudi na stojnicah in policah s pridelki.

Prednosti, ki jih prinaša sodelovanje z domačimi dobavitelji so za potrošnike številne. Slovensko sadje in zelenjava sta sveža in kakovostna, poreklo je preverjeno in zagotovljeno. Zelenjava je pridelana v zemlji, obrana v času zrelosti in v 48 urah dostavljena na naše police. Zaradi kratke transportne poti in ustrezne zrelosti ima višjo hranilno vrednost, več vitaminov ter bolj razvito aromo in okus.

Sveže meso iz domačih krajev

Nadaljujemo s stalno nabavo svežega svinjskega, govejega ter telečjega mesa in perutnine, rejene v Sloveniji pri najpomembnejših slovenskih dobaviteljih mesa, ki jih s svežim mesom oskrbuje več kot sto rejcev. Vsi rejci so skrbno izbrani in preverjeni. S prodajo svežega mesa slovenske reje v redni ponudbi je zagotovljena sledljivost ter večja kakovost mesa z vidika doseganja zdravstvenih standardov.

Višjo kakovost in varnost slovenske govedine in svinjine zagotavljajo posebej označene, zaščitene reje, ki zagotavljajo varno in zdravo meso, skrbijo za nadstandardno sledljivost reje s sonaravno rejo, velikokrat označeno kot prosta reja, ki kažejo na skrb za okolje, dobro počutje živali ter tako zagotavljajo sistem prehranske varnosti po mednarodnih standardih.

Tudi reja slovenske perutnine je pod stalnim veterinarskim nadzorom. Rejci perutnine so izšolani in ozaveščeni, uporabljajo naravno in gensko nespremenjeno krmo izključno rastlinskega izvora. Nadzor procesov vzreje, predelave in distribucije perutninskega mesa je celovit, visoka kakovost in varnost izdelkov pa sta dokazani s certifikati.

Mleko in mlečni izdelki iz 100 % slovenskega mleka

Trinajst slovenskih dobaviteljev mleka in mlečnih izdelkov se je zavezalo, da nam bodo dobavljali izbrano mleko in izbrane mlečne izdelke, izdelane iz 100 % slovenskega mleka. Mlečne izdelke izdelane iz 100 % slovenskega mleka nam zagotavljajo tudi manjše mlekarne.

Potrošnikom s ponudbo mleka in mlečnih izdelkov iz 100 % slovenskega mleka nudimo tisto, kar prepoznavajo za kakovostno in varno. Ob tem nadaljujemo spodbujanje proizvodnje in nakupa lokalno pridelane hrane.

V Mercatorju skupaj z mlekarnami zagotavljamo kakovost, varnost in sledljivost mleka in mlečnih izdelkov slovenskih proizvajalcev. Obvladujemo parametre, ki pomembno vplivajo na zagotavljanje varnosti živil: poreklo, kakovost in varnost osnovne surovine, postopke pridelave in predelave, ustreznost embalaže in transport končnih izdelkov. Vsi postopki predelave in prodaje so pod strogim nadzorom nacionalne in evropske inšpekcije.

ODGOVORNOST DO KAKOVOSTI

Vzdrževanje, uvajanje in certificiranje mednarodnih sistemov vodenja kakovosti

Učinkovitost upravljanja poslovnih procesov izboljšujemo z izvajanjem zahtev mednarodnih sistemov vodenja. V Skupini Mercator vzdržujemo **12** certificiranih sistemov vodenja.

V obdobju 1-3 2015 ni bilo izvedenih zunanjih presoj.

Obvladovanje dokumentacije

Interna pravila poslovanja in dokumentirane dobre prakse Skupine Mercator vzdržujemo v zbirki Mercator standardi, do katere lahko na enostaven način, preko M-intraneta, dostopajo vsi zaposleni. Novo aplikacijo za obvladovanje dokumentov so zaposleni dobro sprejeli, saj je uporabnikom prijaznejša od prejšnje.

V zbirki Mercator standardi je bilo na dan 31.3.2015 veljavnih 2.936 dokumentov. V obdobju 1-3 2015 smo objavili 262 nova oziroma revidirana dokumenta, 267 pa smo jih arhivirali.

Izvajanje sistema stalnih izboljšav

Sistem stalnih izboljšav obvladujemo s pomočjo aplikacije za obvladovanje neskladnosti, priporočil in pohval ter korektivnih in preventivnih ukrepov, ki jo uporabljajo v vseh družbah Skupine Mercator. Proces stalnega izboljševanja se izvaja skladno s sprejeto strategijo, na podlagi ugotovitev zunanjega nadzora, notranjega nadzora, analiz zadovoljstva kupcev in zaposlenih, kolegijev in delovnih skupin ter predlogov za izboljšave, ki jih prispevajo sami izvajalci procesov.

Delovanje sistema širimo na različna področja uporabe, trenutno spremljamo že 19 področij izvora prijav. Februarja smo preko aplikacije prožili 114 ukrepov za zmanjšanje tveganosti, ki smo jih določili na osnovi analize tveganj za leto 2015, zaključujemo pa projekt ocenjevanje internih dobaviteljev, zaradi katerega smo v lanskem letu prožili 305 ukrepov.

V obdobju 1-3 2015 je bilo v aplikaciji obravnavanih 488 ukrepov, rešenih je bilo 323 ukrepov. Z rešitvami ukrepov je bilo zadovoljnih 99 % predlagateljev, v roku izvedbe je bilo rešenih 69 % ukrepov.

RAČUNOVODSKO POROČILO

RAČUNOVODSKE USMERITVE

Vsi računovodski izkazi Skupine Mercator in družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., za obdobje 1-3 2015 so pripravljene v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja in so nerevidirani. Skupina je v obdobju 1-3 2015 spremenila način izkazovanja odhodkov zaradi popravkov vrednosti in odpisov terjatev, tako da jih je prerazporedila iz finančnih odhodkov med stroške prodajanja. Zaradi tega sta primerljivo predstavljena izkaza poslovnega izida družbe in skupine za obdobje 1-3 2014 in plan 2015.

ZGOŠČENI KONSOLIDIRANI RAČUNOVODSKI IZKAZI SKUPINE MERCATOR

Poslovni sistem Mercator, d.d., (v nadaljevanju Mercator, d.d.) je družba s sedežem v Sloveniji. Naslov registriranega sedeža je Ljubljana, Dunajska cesta 107. Konsolidirani računovodski izkazi za obdobje 1-3 2015 vključujejo družbo Mercator, d.d., in njene odvisne družbe, in sicer:

- v Sloveniji: Intersport ISI, d.o.o., Mercator - Emba, d.d., Mercator IP, d.o.o., M - Energija, d.o.o.;
- v tujini: Mercator - H, d.o.o., Hrvaška, Mercator - S, d.o.o., Srbija, Mercator - BH, d.o.o., Bosna in Hercegovina, M - BL, d.o.o., Bosna in Hercegovina, Mercator - CG, d.o.o., Črna gora, Mercator Makedonija, d.o.o.e.l., Makedonija, in Investment Internacional, d.o.o.e.l., Makedonija;

(skupaj v nadaljevanju »Skupina Mercator«). Skupina Mercator opravlja pretežno dejavnost trgovine na drobno in na debelo z izdelki vsakdanje rabe.

Zgoščen konsolidirani izkaz finančnega položaja

v tisoč EUR	31.3.2015	31.12.2014	Indeks 31.3.2015/ 31.12.2014
SREDSTVA			
Dolgoročna sredstva			
Nepremičnine, naprave in oprema	1.603.644	1.618.839	99,1
Naložbene nepremičnine	3.467	3.494	99,2
Neopredmetena sredstva	16.485	16.764	98,3
Odložene terjatve za davek	22.303	22.301	100,0
Dana posojila in depoziti	26.049	25.015	104,1
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	1.178	1.178	100,0
	1.673.126	1.687.591	99,1
Kratkoročna sredstva			
Zaloge	258.598	257.323	100,5
Terjatve do kupcev in druge terjatve	297.980	254.286	117,2
Terjatve za odmerjeni davek	439	702	62,5
Dana posojila in depoziti	3.699	3.247	113,9
Denar in denarni ustrezniki	15.070	34.224	44,0
	575.786	549.782	104,7
Skupaj sredstva	2.248.912	2.237.373	100,5
KAPITAL			
Osnovni kapital	254.175	254.175	100,0
Kapitalske rezerve	286.772	286.772	100,0
Lastne delnice	(3.235)	(3.235)	100,0
Rezerve iz dobička	41.686	41.686	100,0
Rezerva za pošteno vrednost	115.411	115.411	100,0
Preneseni čisti poslovni izid	15.868	(53.485)	-
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	4.082	69.353	5,9
Prevedbena rezerva	(88.833)	(89.215)	99,6
Kapital pripisan lastnikom obvladujoče družbe	625.926	621.462	100,7
Neobvladujoči deleži	200	215	93,0
Kapital	626.126	621.677	100,7
OBVEZNOSTI			
Dolgoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	30.927	6.765	457,2
Finančne obveznosti	836.297	806.640	103,7
Odložene obveznosti za davek	30.404	30.392	100,0
Rezervacije	20.581	20.706	99,4
	918.209	864.503	106,2
Kratkoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	658.020	707.657	93,0
Obveznosti za odmerjeni davek	1.440	538	267,7
Finančne obveznosti	45.117	42.998	104,9
	704.577	751.193	93,8
Skupaj obveznosti	1.622.786	1.615.696	100,4
Skupaj kapital in obveznosti	2.248.912	2.237.373	100,5

Zgoščen konsolidirani izkaz poslovnega izida

v tisoč EUR	1-3 2015	Plan 2015	1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ 1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ Plan 2015
Prihodki iz prodaje	628.721	2.854.401	624.840	100,6	22,0
Stroški prodanega blaga in stroški prodajanja	(600.667)	(2.686.856)	(609.421)	98,6	22,4
Stroški splošnih dejavnosti	(20.445)	(73.824)	(19.120)	106,9	27,7
Drugi poslovni prihodki	4.568	9.762	7.894	57,9	46,8
Poslovni izid iz poslovanja	12.177	103.483	4.193	290,4	11,8
Finančni prihodki	1.201	2.951	1.271	94,5	40,7
Finančni odhodki	(7.968)	(37.957)	(14.002)	56,9	21,0
Neto finančni odhodki	(6.767)	(35.006)	(12.731)	53,2	19,3
Poslovni izid pred obdavčitvijo	5.410	68.477	(8.538)	-	7,9
Davek	(1.344)	(8.825)	-	41,8	15,2
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	4.066	59.652	(8.538)	-	6,8
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja, ki se nanaša na:					
Lastnike obvladujoče družbe	4.082	59.672	(8.532)	-	6,8
Neobvladujoče deleže	(16)	(20)	(6)	262,4	78,7

Zgoščen konsolidirani izkaz vseobsegajočega donosa

v tisoč EUR	1-3 2015	1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ 1-3 2014
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	4.066	(8.538)	-
Drugi vseobsegajoči donos			
Postavke, ki bodo lahko pozneje prerazvrščene v poslovni izid	383	(1.897)	-
Tečajne razlike pri prevedbi tujih družb	383	(2.819)	-
Čisti dobički/izgube, pripoznani v presežku iz prevrednotenja v zvezi z varovanjem denarnih tokov (uspešni del varovanja)	-	922	-
Drugi vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	383	(1.897)	-
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	4.449	(10.435)	-
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja, ki se nanaša na:			
Lastnike obvladujoče družbe	4.464	(10.430)	-
Neobvladujoče deleže	(15)	(5)	309,1

Zgoščen konsolidirani izkaz sprememb lastniškega kapitala

v tisoč EUR	Osnovni kapital	Kapitalske rezerve	Lastne delnice	Rezerve iz dobička	Rezerva za pošteno vrednost	Preneseni čisti poslovni izid	Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	Prevedbena rezerva	Kapital pripisan lastnikom obvladujoče družbe	Neobvladujoči deleži	Kapital skupaj
Stanje 1. januarja 2014	157.129	198.872	(3.235)	146.656	140.587	(63.887)	18.695	(80.623)	514.194	100	514.294
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja											
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	(8.532)	-	(8.532)	(6)	(8.538)
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	922	-	-	(2.820)	(1.898)	1	(1.897)
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	922	-	(8.532)	(2.820)	(10.430)	(5)	(10.435)
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	18.695	(18.695)	-	-	-	-
Stanje 31. marec 2014	157.129	198.872	(3.235)	146.656	141.509	(45.192)	(8.532)	(83.443)	503.764	95	503.859
v tisoč EUR	Osnovni kapital	Kapitalske rezerve	Lastne delnice	Rezerve iz dobička	Rezerva za pošteno vrednost	Preneseni čisti poslovni izid	Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	Prevedbena rezerva	Kapital pripisan lastnikom obvladujoče družbe	Neobvladujoči deleži	Kapital skupaj
Stanje 1. januarja 2015	254.175	286.772	(3.235)	41.686	115.411	(53.485)	69.353	(89.215)	621.462	215	621.677
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja											
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	4.082	-	4.082	(16)	4.066
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	-	-	-	382	382	1	383
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	4.082	382	4.464	(15)	4.449
Transakcije z lastniki, ki se neposredno pripoznajo v kapitalu											
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	69.353	(69.353)	-	-	-	-
Stanje 31. marec 2015	254.175	286.772	(3.235)	41.686	115.411	15.868	4.082	(88.833)	625.926	200	626.126

Zgoščen konsolidirani izkaz denarnih tokov

v tisoč EUR	1-3 2015	1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ 1-3 2014
Denarni tokovi pri poslovanju			
Kosmati denarni tok iz poslovanja	29.155	21.623	134,8
Sprememba zalog	(1.275)	19.390	-
Sprememba poslovnih in drugih terjatev	(43.237)	22.970	-
Sprememba poslovnih in drugih obveznosti	(23.910)	(48.261)	49,5
	(39.267)	15.722	-
Odhodki za obresti	(7.348)	(11.095)	66,2
Izdatki za davke	(1.344)	-	-
Denar, ustvarjen pri poslovanju	(47.959)	4.627	-
Denarni tokovi pri naložbenju			
Izdatki za nakup nepremičnin, naprav in opreme ter naložbenih nepremičnin	(5.943)	(2.859)	207,9
Izdatki za nakup neopredmetenih sredstev	(808)	(351)	230,2
Izdatki za dana posojila in depozite	(1.486)	(2.075)	71,6
Izdatki za transakcijske stroške povezane s posojili	-	(1.755)	-
Prejemki pri odtujitvi odvisnih družb brez odtujenih denarnih sredstev	-	550	-
Prejemki pri odtujitvi nepremičnin, naprav in opreme in naložbenih nepremičnin	4.561	954	478,1
Prihodki iz obresti	735	691	106,4
Denar, uporabljen pri naložbenju	(2.941)	(4.846)	60,7
Denarni tokovi pri financiranju			
Prejemki (izdatki) pri prejetih posojilih	31.776	(4.272)	-
Izdatki za dividende delničarjev	-	(1)	-
Denar, (uporabljen) ustvarjen pri financiranju	31.776	(4.273)	-
Neto (zmanjšanje) povečanje denarja in denarnih ustreznikov	(19.124)	(4.491)	425,8
Denar in denarni ustrezniki na začetku leta	34.224	18.505	184,9
Učinki sprememb deviznih tečajev na denar in denarne ustreznike	(30)	(134)	22,4
Denar in denarni ustrezniki na koncu obračunskega obdobja	15.070	13.880	108,6

Pojasnila k zgoščenim konsolidiranim računovodskim izkazom Skupine Mercator

Pojasnila k zgoščenemu konsolidiranemu izkazu poslovnega izida

Prihodki iz prodaje

Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 ustvarila 628.721 tisoč EUR prihodkov iz prodaje, kar glede na obdobje 1-3 2014 pomeni povečanje za 0,6 %. Prihodki iz prodaje so se v Sloveniji znižali za 0,5 %, v tujini pa so se povečali za 2,1 %. V Sloveniji so se glede na enako obdobje lanskega leta prihodki najbolj znižali v tekstilnem programu in programu izdelkov za dom. Maloprodaja programa izdelkov vsakdanje rabe pa je zabeležila rast prodaje za 0,7 %. V tujini je sprememba prihodkov glede na lansko obdobje različna po posameznih državah, prihodki so se povečali v Srbiji zaradi prevzema dejavnosti družbe Idea, d.o.o., medtem ko so se na Hrvaškem, v Bosni in Hercegovini ter Črni gori znižali.

Stroški prodanega blaga in stroški prodajanja

Stroški prodanega blaga in stroški prodajanja Skupine Mercator, ki vključujejo nabavno vrednost prodanega blaga, proizvodjalne stroške, stroške prodajanja in druge poslovne odhodke, so v obdobju 1-3 2015 znašali 600.667 tisoč EUR, kar glede na enako obdobje lanskega leta predstavlja 1,4-odstotno zmanjšanje.

Nabavna vrednost prodanega blaga se je glede na lansko obdobje zmanjšala za 2,4 %.

Stroški splošnih dejavnosti

Stroški splošnih dejavnosti Skupine Mercator v obdobju 1-3 2015 znašajo 20.445 tisoč EUR, kar glede na enako obdobje lanskega leta predstavlja 6,9-odstotno povečanje. Povečanje stroškov splošnih dejavnosti se v večji meri nanaša na izgube pri prodaji osnovnih sredstev, ki so izkazane v okviru teh stroškov.

Celotni stroški, ki so sestavljeni iz stroškov prodajanja, proizvodjalnih stroškov (vključeni v stroške prodanega blaga in stroške prodajanja) in stroškov splošnih dejavnosti so v obdobju 1-3 2015 znašali 155.806 tisoč EUR in so glede na lansko obdobje ostali na približno enaki ravni. Znižale so se vse kategorije stroškov. Stroški dela so se v obdobju 1-3 2015 glede na enako lansko obdobje znižali za 5,1 %.

Poslovni izid iz poslovanja

Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 ustvarila 12.177 tisoč EUR dobička iz poslovanja.

Neto finančni odhodki

Neto finančni odhodki so glede na lansko obdobje nižji za 5.964 tisoč EUR, kar je predvsem posledica zmanjšanja odhodkov od rednih obresti in tečajnih razlik.

Poslovni izid pred obdavčitvijo

Skupina Mercator je v obdobju 1-3 2015 ustvarila poslovni izid pred obdavčitvijo v višini 5.410 tisoč EUR.

Čisti poslovni izid obračunskega obdobja

Čisti poslovni izid Skupine Mercator za obdobje 1-3 2015 znaša 4.066 tisoč EUR.

EBITDA

EBITDA Skupine Mercator v obdobju 1-3 2015 znaša 30.955 tisoč EUR in je glede na enako lansko obdobje višja za 41,4 %.

EBITDAR

EBITDAR v obdobju 1-3 2015 znaša 50.159 tisoč EUR in je glede na lansko obdobje večji za 41,8 %.

Pojasnila k zgoščenemu konsolidiranemu izkazu finančnega položaja

Sredstva

Sredstva Skupine Mercator so na dan 31.3.2015 znašala 2.248.912 tisoč EUR in so se glede na konec leta 2014 povečala za 11.539 tisoč EUR, predvsem na račun povečanja terjatev do kupcev in drugih terjatev do družb iz skupine Agrokor.

Vrednost dolgoročnih sredstev Skupine Mercator na dan 31.3.2015 znaša 1.673.126 tisoč EUR, kar je za 14.465 tisoč EUR manj kot je znašalo stanje na dan 31.12.2014. Največji delež v dolgoročnih sredstvih predstavljajo osnovna sredstva, in sicer 97,0 % (1.623.596 tisoč EUR), katerih vrednost je za 15.496 tisoč EUR nižja od stanja konec leta 2014, kar je posledica nižjega obsega naložb, ki so bile manjše od amortizacije.

Vrednost kratkoročnih sredstev Skupine Mercator na dan 31.3.2015 znaša 575.786 tisoč EUR, kar je za 26.004 tisoč EUR več kot znaša stanje konec leta 2014. Največji delež predstavljajo terjatve do kupcev in druge terjatve (51,8 %) ter zaloge (44,9 %). Terjatve do kupcev in druge terjatve so se v 1-3 2015 povečale za 43.694 tisoč EUR zaradi sezonskega vpliva ter zaradi spremenjenega poslovnega modela na trgih Hrvaške ter Bosne in Hercegovine, kjer postaja glavna dejavnost upravljanje z nepremičninami tako do družb v Skupini Agrokor kot do zunanjih najemnikov.

Kapital in obveznosti

Kapital Skupine Mercator na dan 31.3.2015 znaša 626.126 tisoč EUR, kar je za 4.449 tisoč EUR oziroma 0,7 % več kot znaša stanje konec leta 2014. Povečanje se nanaša na čisti poslovni izid v višini 4.066 tisoč EUR in pozitivne tečajne razlike pri prevedbi tujih odvisnih družb v višini 383 tisoč EUR.

Na dan 31.3.2015 znašajo celotne finančne obveznosti 881.414 tisoč EUR, kar je za 31.776 tisoč EUR več, kot znaša stanje konec leta 2014. Neto finančni dolg Skupine Mercator, izračunan kot razlika med finančnimi obveznostmi in finančnimi sredstvi Skupine Mercator, na dan 31.3.2015 znaša 835.418 tisoč EUR (31.12.2014: 785.974 tisoč EUR).

Delež dolgoročnih finančnih obveznosti je na dan 31.3.2015 znašal 94,9 % (94,9 % na dan 31.12.2014).

Na dan 31.3.2015 znaša stanje rezervacij 20.581 tisoč EUR. Glede na stanje konec leta 2014 so se rezervacije zmanjšale za 125 tisoč EUR predvsem zaradi tečajnih razlik.

Poslovne in druge obveznosti na dan 31.3.2015 znašajo 688.947 tisoč EUR in so se glede na stanje konec leta 2014 znižale za 25.475 tisoč EUR. Znižanje poslovnih obveznosti je posledica izboljšanja likvidnostnega stanja kot posledica dogovora o finančnem prestrukturiranju, spremenjene zakonodaje v Sloveniji ter zapiranja osnovnih dejavnosti v Bosni in Hercegovini ter na Hrvaškem.

Na dan 31.3.2015 je pokritost dolgoročnih sredstev z dolgoročnimi viri v Skupini Mercator znašala 92,3 %, kar je za 4,2 odstotne točke več, kot konec leta 2014.

ZGOŠČENI RAČUNOVODSKI IZKAZI DRUŽBE POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D.

Mercator, d.d., je družba s sedežem v Sloveniji. Naslov registriranega sedeža je Ljubljana, Dunajska cesta 107. Družba Mercator, d.d., je obvladujoča družba Skupine povezanih podjetij v Sloveniji, Srbiji, na Hrvaškem, v Bosni in Hercegovini, Črni gori, Bolgariji in v Makedoniji.

Družba ima dvojno nalogo, v pretežni meri opravlja dejavnost trgovine na drobno in na debelo z izdelki široke porabe in izvaja različne koncernske naloge za družbe v Skupini. Zaradi tega uporaba računovodskih izkazov družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., za ekonomsko analizo poslovanja Skupine Mercator ni ustrezna; za takšno analizo je smiselno uporabiti predvsem konsolidirane računovodske izkaze, ki prikazujejo poslovno uspešnost Skupine Mercator kot enovitega gospodarskega subjekta.

Zgoščen izkaz finančnega položaja

v tisoč EUR	31.3.2015	31.12.2014	Indeks 31.3.2015/ 31.12.2014
SREDSTVA			
Dolgoročna sredstva			
Nepremičnine, naprave in oprema	871.402	877.304	99,3
Naložbene nepremičnine	3.467	3.494	99,2
Neopredmetena sredstva	9.119	9.244	98,6
Odložene terjatve za davek	20.236	20.236	100,0
Dana posojila in depoziti	9.852	9.925	99,3
Naložbe v kapital podjetij v skupini	386.168	386.169	100,0
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	1.053	1.053	100,0
	1.301.297	1.307.425	99,5
Kratkoročna sredstva			
Zaloge	123.557	118.710	104,1
Terjatve do kupcev in druge terjatve	121.270	99.519	121,9
Terjatve za odmerjeni davek	42	42	100,0
Dana posojila in depoziti	94.956	78.567	120,9
Izpeljani finančni inštrumenti	-	-	-
Denar in denarni ustrezniki	8.268	18.571	44,5
	348.093	315.409	110,4
Skupaj sredstva	1.649.390	1.622.834	101,6
KAPITAL			
Osnovni kapital	254.175	254.175	100,0
Kapitalske rezerve	286.772	286.772	100,0
Lastne delnice	(3.235)	(3.235)	100,0
Rezerve iz dobička	16.624	16.624	100,0
Rezerva za pošteno vrednost	84.865	84.865	100,0
Preneseni čisti poslovni izid	-	-	-
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	8.056	-	-
Kapital	647.257	639.201	101,3
OBVEZNOSTI			
Dolgoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	7.980	5.354	149,0
Finančne obveznosti	589.440	559.758	105,3
Odložene obveznosti za davek	22.819	22.819	100,0
Rezervacije	16.437	16.577	99,2
	636.676	604.508	105,3
Kratkoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	328.993	341.649	96,3
Obveznosti za odmerjeni davek	680	-	-
Finančne obveznosti	35.784	37.476	95,5
Izpeljani finančni inštrumenti	-	-	-
	365.457	379.125	96,4
Skupaj obveznosti	1.002.133	983.633	101,9
Skupaj kapital in obveznosti	1.649.390	1.622.834	101,6

Zgoščen izkaz poslovnega izida

v tisoč EUR	1-3 2015	Plan 2015	1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ 1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ Plan 2015
Prihodki iz prodaje	343.787	1.504.271	347.035	99,1	22,9
Stroški prodanega blaga in stroški prodajanja	(324.502)	(1.398.907)	(334.172)	97,1	23,2
Stroški splošnih dejavnosti	(10.044)	(37.786)	(10.669)	94,1	26,6
Drugi poslovni prihodki	1.676	5.327	1.010	165,9	31,5
Poslovni izid iz poslovanja	10.917	72.905	3.204	340,7	15,0
Finančni prihodki	3.424	4.194	2.857	119,8	81,6
Finančni odhodki	(5.605)	(22.665)	(9.895)	56,6	24,7
Neto finančni odhodki	(2.181)	(18.471)	(7.038)	31,0	11,8
Poslovni izid pred obdavčitvijo	8.736	54.434	(3.834)	-	16,0
Davek na dobiček	(680)	(4.627)	-	-	14,7
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	8.056	49.807	(3.834)	-	16,2

Zgoščen izkaz vseobsegajočega donosa

v tisoč EUR	1-3 2015	1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ 1-3 2014
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	8.056	(3.834)	-
Drugi vseobsegajoči donos			
Postavke, ki pozneje ne bodo prerazvrščene v poslovni izid	-	-	-
Postavke, ki bodo lahko pozneje prerazvrščene v poslovni izid	-	921	-
Čisti dobički (izgube), pripoznani v presežku iz prevrednotenja v zvezi z varovanjem denarnih tokov	-	921	-
Drugi vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	921	-
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	8.056	(2.913)	-

Zgoščen izkaz sprememb lastniškega kapitala

v tisoč EUR	Osnovni kapital	Kapitalske rezerve	Lastne delnice	Rezerve iz dobička	Rezerva za pošteno vrednost	Preneseni čisti poslovni izid	Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	Kapital skupaj
Stanje 1. januarja 2014	157.129	198.872	(3.235)	121.595	103.426	-	-	577.787
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja								
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	(3.834)	(3.834)
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	921	-	-	921
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	921	-	(3.834)	(2.913)
Stanje 31. marec 2014	157.129	198.872	(3.235)	121.595	104.347	-	(3.834)	574.874

v tisoč EUR	Osnovni kapital	Kapitalske rezerve	Lastne delnice	Rezerve iz dobička	Rezerva za pošteno vrednost	Preneseni čisti poslovni izid	Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	Kapital skupaj
Stanje 1. januarja 2015	254.175	286.772	(3.235)	16.624	84.865	-	-	639.201
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja								-
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	8.056	8.056
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	-	-	-	-
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	8.056	8.056
Stanje 31. marec 2015	254.175	286.772	(3.235)	16.624	84.865	-	8.056	647.257

Zgoščen izkaz denarnih tokov

v tisoč EUR	1-3 2015	1-3 2014	Indeks 1-3 2015/ 1-3 2014
Denarni tokovi pri poslovanju			
Kosmati denarni tok iz poslovanja	19.728	12.180	162,0
Sprememba zalog	(4.848)	(7.855)	61,7
Sprememba poslovnih in drugih terjatev	(21.754)	22.176	-
Sprememba poslovnih in drugih obveznosti	(9.199)	2.917	-
	(16.073)	29.418	-
Neto tečajne razlike iz financiranja	(2)	-	-
Odhodki za obresti	(5.605)	(7.964)	70,4
Denar, ustvarjen pri poslovanju	(21.680)	21.454	-
Denarni tokovi pri naložbenju			
Izdatki za prevzem odvisnih družb, poslovnih dejavnosti brez pridobljenih denarnih sredstev	-	(510)	-
Izdatki za nakup nepremičnin, naprav in opreme ter naložbenih nepremičnin	(3.405)	(2.135)	159,5
Izdatki za nakup neopredmetenih sredstev	(756)	(320)	236,3
Izdatki za dana posojila in depozite	(16.314)	(22.792)	71,6
Izdatki za transakcijske stroške povezane s posojili	-	(1.931)	-
Prejemki pri odtujitvi odvisnih družb brez odtujenih denarnih sredstev	-	551	-
Prejemki pri odtujitvi nepremičnin, naprav in opreme in naložbenih nepremičnin	960	1.117	85,9
Prihodki iz obresti	2.901	700	414,4
Denar, uporabljen pri naložbenju	(16.614)	(25.320)	65,6
Denarni tokovi pri financiranju			
Prejemki (izdatki) pri prejetih posojilih	27.991	3.729	750,6
Izdatki za dividende delničarjev	-	(1)	-
Denar, (uporabljen) ustvarjen pri financiranju	27.991	3.728	750,8
Neto povečanje (zmanjšanje) denarja in denarnih ustreznikov	(10.303)	(138)	7.465,9
Denar in denarni ustrezniki na začetku leta	18.571	6.018	308,6
Denar in denarni ustrezniki na koncu obračunskega obdobja	8.268	5.880	140,6

Pojasnila k zgoščenim računovodskim izkazom družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.

Pojasnila k zgoščenemu izkazu poslovnega izida

Prihodki iz prodaje

Mercator, d.d., je v obdobju 1-3 2015 ustvaril 343.787 tisoč EUR prihodkov iz prodaje, kar glede na obdobje 1-3 2014 pomeni 0,9-odstotno zmanjšanje. Pretežni del prihodkov družba ustvari s prodajo blaga, materiala in proizvodov, ki se v pretežni meri nanaša na prodajo trgovskega blaga na drobno in debelo.

Stroški prodanega blaga in stroški prodajanja

Stroški prodanega blaga in stroški prodajanja družbe Mercator, d.d., ki vključujejo nabavno vrednost prodanega blaga, stroške prodajanja in druge poslovne odhodke, so v obdobju 1-3 2015 znašali 324.502 tisoč EUR, kar glede na enako obdobje lanskega leta predstavlja 2,9-odstotno zmanjšanje.

Nabavna vrednost prodanega blaga se je glede na lansko obdobje zmanjšala za 2,2 %, drugi poslovni odhodki pa za 72,4 %.

Stroški splošnih dejavnosti

Stroški splošnih dejavnosti družbe v obdobju 1-3 2015 znašajo 10.044 tisoč EUR, kar glede na enako obdobje lanskega leta predstavlja 5,9-odstotno zmanjšanje.

Celotni stroški, ki so sestavljeni iz stroškov prodajanja (vključeni v stroške prodaje), in stroškov splošnih dejavnosti so v obdobju 1-3 2015 znašali 84.032 tisoč EUR in so v primerjavi z enakim obdobjem preteklega leta nižji za 5,5 odstotka. Med stroški so se najbolj znižali stroški materiala za 12,4 % in stroški storitev za 9,1 %.

Poslovni izid iz poslovanja

Mercator, d.d., je v obdobju 1-3 2015 ustvaril 10.917 tisoč EUR dobička iz poslovanja, kar predstavlja 240,7 % več kot v primerljivem lanskem obdobju. Dobiček iz poslovanja je višji zaradi boljše razlike v ceni in nižjih stroškov poslovanja.

Neto finančni odhodki

Neto finančni odhodki so glede na lansko obdobje nižji za 4.857 tisoč EUR, kar je predvsem posledica dogovora o finančnem prestrukturiranju in posledično nižjih finančnih odhodkih.

Poslovni izid pred obdavčitvijo

Družba je v obdobju 1-3 2015 ustvarila poslovni izid pred obdavčitvijo v višini 8.736 tisoč EUR, kar je za 12.570 tisoč EUR več kot v enakem obdobju leta 2014.

Čisti poslovni izid obračunskega obdobja

Čista dobiček družbe za obdobje 1-3 2015 znaša 8.056 tisoč EUR.

EBITDA

EBITDA družbe Mercator, d.d., v obdobju 1-3 2015 znaša 19.982 tisoč EUR, in je glede na lansko obdobje višja za 64,0 % iz istih razlogov kot poslovni izid iz poslovanja.

EBITDAR

EBITDAR družbe Mercator, d.d., v obdobju 1-3 2015 znaša 22.620 tisoč EUR in je glede na lansko obdobje višji za 49,4 %.

Pojasnila k zgoščenemu izkazu finančnega položaja

Sredstva

Sredstva družbe Mercator, d.d., so na dan 31.3.2015 znašala 1.649.390 tisoč EUR in so se glede na konec leta 2014 povečala za 26.556 tisoč EUR, predvsem na račun drugih terjatev in danih posojil podjetjem v Skupini.

Vrednost dolgoročnih sredstev družbe na dan 31.3.2015 znaša 1.301.297 tisoč EUR, kar je za 6.128 tisoč EUR manj kot je znašalo stanje na dan 31.12.2014. Zmanjšanje dolgoročnih sredstev je predvsem posledica znižanja vrednosti opredmetenih osnovnih sredstev. Največji delež v dolgoročnih sredstvih predstavljajo osnovna sredstva, in sicer 67,9 % (883.988 tisoč EUR), katerih vrednost je za 6.128 tisoč EUR nižja od stanja konec leta 2014. Nižja vrednost osnovnih sredstev je posledica nižjega obsega naložb, ki so bile manjše od amortizacije ter odprodaje določenih poslovno nepotrebnih osnovnih sredstev.

Vrednost kratkoročnih sredstev družbe na dan 31.3.2015 znaša 348.093 tisoč EUR, kar je za 32.684 tisoč EUR več kot znaša stanje konec leta 2014. Povečanje se nanaša predvsem na druge terjatve in na dana posojila odvisnim družbam. Največji delež v kratkoročnih sredstvih predstavljajo zaloge (35,5 %) ter terjatve do kupcev in druge terjatve (34,8 %).

Kapital in obveznosti

Kapital družbe Poslovni sistem Mercator na dan 31.3.2015 znaša 647.257 tisoč EUR, kar je za 8.056 tisoč EUR oziroma 1,3 % več kot znaša stanje konec leta 2014. Povečanje je posledica doseženega čistega poslovnega izida v obdobju 1-3 2015.

Na dan 31.3.2015 znašajo celotne finančne obveznosti 625.224 tisoč EUR, kar je za 27.990 tisoč EUR več, kot znaša stanje konec leta 2014. Povečanje je na dolgoročnih finančnih obveznostih, medtem ko je na kratkoročnih finančnih obveznostih zmanjšanje.

Na dan 31.3.2015 znaša stanje rezervacij 16.437 tisoč EUR. Glede na stanje konec leta 2014 so se zmanjšale za 140 tisoč EUR.

Poslovne in druge obveznosti na dan 31.3.2015 znašajo 336.973 tisoč EUR in so se glede na stanje konec leta 2014 zmanjšale za 10.030 tisoč EUR.

IZJAVA POSLOVODSTVA

Uprava družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., potrjuje, da je povzetek računovodskega poročila družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., in Skupine Mercator za obdobje, ki se je končalo 31.3.2015, po njenem najboljšem mnenju sestavljen v skladu z mednarodnimi standardi računovodskega poročanja ter daje resničen in pošten prikaz sredstev in obveznosti, finančnega položaja in poslovnega izida družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., in drugih družb, vključenih v konsolidacijo. Uprava tudi izjavlja, da so povezane osebe v Skupini Mercator med seboj poslovale na osnovi sklenjenih kupoprodajnih pogodb, pri čemer so bile uporabljene tržne cene blaga in storitev.

Poslovni sistem Mercator, d.d.
Uprava

Ljubljana, 12. maj 2015