

**Poročilo o poslovanju  
Skupine Mercator in  
družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.,  
v obdobju 1-6 2011**



Poslovni sistem Mercator, d.d.  
Uprava

Avgust 2011

# Kazalo

POVZETEK.....	2
<b>UVOD .....</b>	<b>4</b>
PREDSTAVITEV SKUPINE MERCATOR .....	4
STRATEGIJA POSLOVANJA SKUPINE MERCATOR .....	6
KLJUČNI PODATKI O POSLOVANJU SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-6 2011 .....	7
PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV V OBDOBJU 1-6 2011 .....	7
PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV PO ZAKLJUČKU OBDOBJA.....	9
<b>POSLOVNO POROČILO.....</b>	<b>10</b>
VPLIV GOSPODARSKIH IN KONKURENČNIH RAZMER NA POSLOVANJE SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-6 2011 .....	10
RAZVOJ IN NEPREMIČNINSKA DEJAVNOST .....	12
PRODAJA IN TRŽENJE.....	15
FINANČNO UPRAVLJANJE.....	24
MERCATORJEVA DELNICA IN ODNOSI Z VLAGATELJI.....	26
UPRAVLJANJE S TVEGANJI .....	30
<b>TRAJNOSTNO POROČILO.....</b>	<b>34</b>
MISLIMO RESNO.....	34
MISLIMO NA KUPCE .....	34
MISLIMO NA ZAPOSLENE .....	35
MISLIMO NA NARAVNO OKOLJE.....	37
MISLIMO NA DRUŽBENO OKOLJE.....	38
MISLIMO NA PARTNERSTVO Z DOBAVITELJI.....	39
MISLIMO KAKOVOSTNO .....	39
<b>RAČUNOVODSKO POROČILO .....</b>	<b>40</b>
RAČUNOVODSKE USMERITVE.....	40
ZGOŠČENI KONSOLIDIRANI RAČUNOVODSKI IZKAZI SKUPINE MERCATOR.....	40
Zgoščen konsolidirani izkaz finančnega položaja.....	41
Zgoščen konsolidirani izkaz poslovnega izida .....	42
Zgoščen konsolidirani izkaz vseobsegajočega donosa .....	42
Zgoščen konsolidirani izkaz sprememb lastniškega kapitala .....	43
Zgoščen konsolidirani izkaz denarnih tokov .....	44
Pojasnila k zgoščenim konsolidiranim medletnim računovodskim izkazom .....	45
RAČUNOVODSKO POROČILO DRUŽBE POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D. ....	47
Zgoščen izkaz finančnega položaja .....	48
Zgoščen izkaz poslovnega izida.....	49
Zgoščen izkaz vseobsegajočega donosa.....	49
Zgoščen izkaz sprememb lastniškega kapitala.....	50
Zgoščen izkaz denarnih tokov .....	51
Pojasnila k zgoščenim medletnim računovodskim izkazom.....	52
IZJAVA POSLOVODSTVA PO 113. ČLENU ZTFI .....	54

## POVZETEK

### **Prvo polletje zaznamovale obsežne investicije v cene za potrošnike; poslovanje v skladu z gospodarskim načrtom**

#### Gospodarske okoliščine

Na vseh trgih poslovanja se Skupina Mercator še vedno sooča s posledicami gospodarske krize, ki se odražajo v zmanjšanju obsega in spremembi strukture potrošnje. V prvem polletju leta 2011 je bila na vseh trgih poslovanja zabeležena rast števila brezposelnih kot posledica številnih insolvenčnih postopkov večjih podjetij v regiji. Povečevanje brezposelnosti in podražitve osnovnih surovin so negativno vplivale na potrošnjo. Še vedno je zaznati tudi povečevanje plačilne nediscipline, kreditna aktivnost bank pa je še vedno na nižjih ravneh kot pred gospodarsko krizo. Rast Euribor-ja je vplivala na povečanje stroškov financiranja, devizni tečajji na trgih Mercatorjevega poslovanja pa so bili v prvi polovici leta relativno stabilni.

#### V ugodnejše cene za potrošnike smo vložili 12 milijonov evrov

Z željo biti prva izbira potrošnikov pri nakupu izdelkov vsakdanje rabe in potrošnikom v oteženih gospodarskih razmerah omogočiti ugodnejši nakup življenjskih potrebščin, je Mercator v prvem polletju leta 2011 zaklenil cene več kot 300 izdelkom lastnih znamk ter znižal cene več kot 2.000 izdelkom. V obravnavanem obdobju je Skupina Mercator z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov investirala skoraj 12 milijonov EUR v nižje maloprodajne cene in tako del svoje marže namenila zmanjševanju negativnih učinkov cenovnih pritiskov dviga strateških surovin na potrošnike. Trudila se je povezovati z lokalnimi pridelovalci hrane in njihove izdelke vključiti na svoje prodajne police.

#### Da bi ponudbo še bolj prilagoditi našim kupcem, smo aktivirali nova projekta

Da bi ponudbo še bolj prilagodili našim kupcem, smo v 3. četrtletju leta 2011 začeli izvajati nova strateška projekta »Osvežitev ponudbe market programa v Sloveniji« in »Oblikovanje tehnične verige«. V zadnjih letih so se nakupne navade potrošnikov spremenile, zaradi česar želimo v naših trgovinah ponudbo osvežiti na takšen način, da bo še bolj privlačna za naše zveste potrošnike. To bomo storili preko prilagoditve in racionalizacije sortimana, povečanja tržnega deleža lastnih znamk, omogočanja lažjega in hitrejšega nakupovanja z modernizacijo prodajaln in novih promocijskih aktivnosti. Namen projekta oblikovanja tehnične verige pa je oblikovati verigo trgovin z izdelki za dom kot samostojno podjetje po vzoru uspešnega preoblikovanja tekstilne in športne verige v družbi Modiana in Intersport, s čimer bomo zagotovili še večjo fleksibilnost delovanja tega trgovskega programa z namenom še boljšega zadovoljevanja potreb naših potrošnikov.

#### Prihodki skupine zrasli za 6,1 %

Kljub težkim gospodarskim razmeram je Skupina Mercator v prvem polletju leta 2011 ustvarila 1.416.386 tisoč EUR prihodkov, kar je 48,1 % načrtovanih prihodkov za leto 2011, in 6,1 % več kot enako obdobje lani. Prihodki od prodaje blaga, materiala in proizvodov so se v Sloveniji zvišali za 1,1 odstotka, v tujini pa rast znaša 18,3 odstotkov.

#### Razvojne aktivnosti

Skupina Mercator je v prvem polletju leta 2011 investirala 67.766 tisoč EUR, pretežno v razvoj maloprodajne mreže. V tem obdobju smo pridobili več kot 31 tisoč m<sup>2</sup> novih bruto površin, od tega skoraj polovico v Srbiji.

Skupina Mercator sledi načrtani strategiji razvoja dopolnilnih trgovskih storitev za svoje potrošnike. Tako bo po izvedeni strateški povezavi z družbo En Plus svojo ponudbo razširila s prodajo naftnih derivatov skozi mrežo avtomatskih samopostrežnih bencinskih servisov. Na ta način bo zagotovila večjo prepoznavnost in celovitejšo ponudbo za končnega potrošnika na eni lokaciji.

#### Stabilno generiranje denarnih tokov in stabilno finančno poslovanje

Relevantna mera sposobnosti ustvarjanja denarnih tokov iz poslovanja, ki upošteva tudi širjenje maloprodajne mreže Skupine Mercator s poslovnim najemom, kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami, je znašal 109.036 tisoč EUR in predstavlja 48,3 % načrtovanega za leto 2011 in 8,0 % več kot enako obdobje lani. Stabilno ustvarjanje denarnih tokov iz poslovanja kaže na visoko finančno moč, konkurenčnost in poslovno učinkovitost skupine.

Glede na negotove razmere na finančnih trgih smo uspeli diverzificirati vire financiranja in izboljšati tudi ročnostno strukturo finančnih obveznosti.

#### Poslovni izid v skladu z gospodarskim načrtom

Skupina Mercator je v prvem polletju leta 2011 ustvarila 18.525 tisoč EUR čistega dobička, kar je 45,7 % načrtovanega za leto 2011 in 4,9 % več kot enako obdobje lani. Dosežen čisti dobiček Skupine Mercator je skladen z medletno dinamiko.

#### Zaposleni

Na dan 30.6.2011 je bilo v Skupini Mercator zaposlenih 23.620 sodelavcev, kar Mercator uvršča med največje zaposlovalce v celotni regiji jugovzhodne Evrope, z več kot 12 tisoč zaposlenimi v Sloveniji pa tudi med največje zaposlovalce v Sloveniji.

# UVOD

## PREDSTAVITEV SKUPINE MERCATOR

### Osebna izkaznica družbe

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je obvladujoča družba skupine povezanih podjetij (Skupine Mercator), ene največjih gospodarskih skupin v Sloveniji ter v celotni regiji jugovzhodne Evrope.

Ime podjetja	<b>Poslovni sistem Mercator, d.d.</b>
Skrajšano ime podjetja	Mercator, d.d.
Dejavnost	G 47.110 Trgovina na drobno v nespecializiranih prodajalnah pretežno z živili
Matična številka	5300231
Davčna številka	45884595
Datum vpisa v sodni register	1.1.1990
Osnovni kapital družbe na dan 30. junij 2011	157.128.514,53 EUR
Število izdanih in vplačanih delnic na dan 30. junij 2011	3.765.361
Kotacija delnic	Ljubljanska borza, d.d., borzna kotacija, prva kotacija, oznaka MELR
Predsednik uprave	Žiga Debeljak
Člani uprave	Mateja Jesenek, Melita Kolbezen, Vera Aljančič Falež, Peter Zavrl, Stanka Čurovič
Predsednik nadzornega sveta	Robert Šega
Namestnica predsednika nadzornega sveta	Jadranka Dakič

## Sestava Skupine Mercator

Skupino Mercator so na dan 30.6.2011 sestavljale naslednje družbe:

<b>SKUPINA MERCATOR</b>	
<b>MERCATOR TRGOVINA SLOVENIJA</b>	
<b>Poslovni sistem Mercator, d.d., Slovenija</b>	
Mercator IP, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	M.COM, d.o.o., Slovenija (100,0 %)*
<b>MERCATOR TRGOVINA JUGOVZHODNA EVROPA</b>	
Mercator - S, d.o.o., Srbija (100,0 %)	Mercator - B, e.o.o.d., Bolgarija (100,0 %)
Mercator - H, d.o.o., Hrvaška (99,9 %)	Mercator - A, sh.p.k., Albanija (100,0 %)
Mercator - BH, d.o.o., Bosna in Hercegovina (100,0 %)	Mercator Makedonija, d.o.o.e.l., Makedonija (100,0%)
M - BL, d.o.o., Bosna in Hercegovina (100,0 %)	Mercator - K, l.l.c., Kosovo (100,0 %)*
Mercator - CG, d.o.o., Črna gora (100,0 %)	
<b>MERCATOR NEPREMIČNINE</b>	
M - nepremičnine, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	Investment International, d.o.o.e.l., Makedonija (100,0 %)**
Mercator - Optima, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	
<b>DRUGE POSLOVNE DEJAVNOSTI</b>	
Intersport ISI, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	Modiana, d.o.o., Slovenija (100,0 %)
· Intersport S-ISI, d.o.o., Srbija (100,0 %)	· Modiana, d.o.o., Srbija (100,0 %)
· Intersport H, d.o.o., Hrvaška (100,0 %)	· Modiana, d.o.o., Hrvaška (100,0 %)
· Intersport BH, d.o.o., Bosna in Hercegovina (100,0 %)	· Modiana, d.o.o., Bosna in Hercegovina (100,0 %)
Mercator - Emba, d.d., Slovenija (100,0 %)	

\* Družba še ne izvaja poslovne dejavnosti.

\*\* Projektna nepremičninska družba, ki ne izvaja poslovne dejavnosti.

## Korporativno upravljanje podjetja

Nadzorni svet družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., se je v obdobju 1-6 2011 sestel dvakrat. Sprejel je letno poročilo Skupine Mercator in družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., za leto 2010, potrdil poročilo nadzornega sveta o preveritvi letnega poročila in mnenje o predlogu uporabe bilančnega dobička. Potrdil je Poročilo o poslovanju Skupine Mercator in družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-3 2011 in potrdil dnevni red 17. redne skupščine delničarjev ter predlog revizijske komisije, da se za izvedbo revizije računovodskih izkazov družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., in Skupine Mercator za leto 2011 predlaga revizijska hiša KPMG Slovenija, d.o.o.

Svet delavcev je na svoji seji dne 19.5.2011 izvolil dva nova člana nadzornega sveta, predstavnika zaposlenih, in sicer: g. Sandija Lebana in g. Ivana Valanda za mandatno obdobje štirih let.

# STRATEGIJA POSLOVANJA SKUPINE MERCATOR

## Vizija

**Biti prva izbira ljudi pri nakupu izdelkov za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu in za dom.**

## Poslanstvo

Poslanstvo Mercatorja je:

- 1) S svojo ponudbo izdelkov in storitev za vsakdanjo rabo in dom ustvarjati najboljšo vrednost za potrošnike.
- 2) S strokovnimi in motiviranimi zaposlenimi dajati potrošnikom najboljšo storitev v prijetnem nakupovalnem okolju.
- 3) Z rastjo in učinkovitim poslovanjem zagotavljati donose za delničarje.
- 4) S svojim delovanjem prispevati k večji kakovosti življenja v družbenem in naravnem okolju.

## Vrednote korporacijske kulture

Korporacijske vrednote Mercatorja so:

### Odgovornost

Vsak je odgovoren za svoje delo.

### Poštenost

Pri delu smo pošteni.

### Spoštovanje

Vsak posameznik je pomemben in vreden spoštovanja.

### Odzivnost

Hiter odgovor je naša prednost.

### Učenje

Gradimo na znanju in izkušnjah.

### Sodelovanje

Česar ne zmore eden, lahko uresničimo skupaj.

## Temeljni strateški cilji

Temeljni strateški cilji Skupine Mercator so:

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

## KLJUČNI PODATKI O POSLOVANJU SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-6 2011

	Skupina Mercator			Indeks	Indeks
	1-6 2011	Plan 2011	1-6 2010	1-6 2011/ 1-6 2010	1-6 2011/ Plan 2011
Prihodki iz prodaje (v 000 EUR)	1.416.386	2.944.889	1.334.836	106,1	48,1
Poslovni izid iz poslovanja (v 000 EUR)	47.633	103.054	53.113	89,7	46,2
Poslovni izid pred obdavčitvijo (v 000 EUR)	24.200	53.577	23.790	101,7	45,2
Poslovni izid obračunskega obdobja (v 000 EUR)	18.525	40.527	17.657	104,9	45,7
Kosmati denarni tok iz poslovanja (v 000 EUR)	87.628	180.011	84.767	103,4	48,7
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami (v 000 EUR)	109.036	225.803	100.946	108,0	48,3
Naložbe v osnovna sredstva (v 000 EUR)	67.766	124.586	45.330	149,5	54,4
Čista dobičkonosnost kapitala*	4,7%	5,3%	4,4%	105,8	88,3
Čista dobičkonosnost prihodkov	1,3%	1,4%	1,3%	98,9	95,0
Kosmati denarni tok iz poslovanja / prihodki iz prodaje	6,2%	6,1%	6,4%	97,4	101,2
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami / prihodki iz prodaje	7,7%	7,7%	7,6%	101,8	100,4
Število zaposlenih iz ur	22.219	22.621	20.828	106,7	98,2
Število zaposlenih po stanju	23.620	24.436	22.407	105,4	96,7

\* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

## PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV V OBDOBJU 1-6 2011

### RAZVOJ MALOPRODAJNE MREŽE

V obdobju 1-6 2011 smo:

- investirali 67.766 tisoč EUR,
- dezinvestirali 6.003 tisoč EUR,
- na vseh trgih delovanja pridobili 26 novih enot oziroma 31.110 m<sup>2</sup> novih bruto površin, kar vključuje lastne nepremičnine in poslovne najeme.

### STRATEŠKO POVEZOVANJE

Pogodba o strateški povezavi, ki je bila sklenjena dne 30.6.2010, in na podlagi katere naj bi črnogorska družba Mercator-CG, d.o.o., Podgorica, prevzela trgovsko dejavnost in zaposlene ter vzela v dolgoročni poslovni najem 77 trgovskih objektov v lasti družb Pantomarket, d.o.o., in Plus Commerce, d.o.o., je dne 27.1.2011, stopila v veljavo, ker so bili zanjo izpolnjeni ključni pogoji.

Pogodba o strateški povezavi, ki je bila sklenjena dne 4.8.2010, in na podlagi katere naj bi družba Mercator-S, d.o.o., Srbija prevzela trgovsko dejavnost družb Skupine Coka na srbskem trgu, je dne 5.4.2011 stopila v veljavo, ker so bili zanjo izpolnjeni ključni pogoji.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana, in družba Hram Holding, d.d., Ljubljana, sta dne 24.6.2011 podpisali pogodbo o strateški povezavi, s katero bo družba Poslovni sistem Mercator, d.d., po izpolnitvi vseh dogovorjenih pogojev postala lastnik 100-odstotnega poslovnega deleža družbe En Plus, d.o.o. Družba En Plus, d.o.o., opravlja dejavnost trgovine z naftnimi derivati skozi mrežo avtomatskih samopostrežnih bencinskih servisov. Samopostrežni bencinski servisi so trenutno na voljo na 18 različnih lokacijah po Sloveniji in omogočajo prodajo naftnih derivatov omejenega asortimana brez prisotnosti zaposlenega osebja na lokaciji, k čemur pripomoreta arhitekturna zasnova in uporaba najsodobnejše tehnologije. Strateška povezava pomeni uresničevanje načrtane Mercatorjeve strategije razvoja dopolnilnih trgovskih storitev za svoje potrošnike. Mercatorju bo to omogočilo širitev



svoje ponudbe dopolnilnih trgovskih storitev po zgledu evropskih trgovcev ter na tak način omogočilo povečanje prepoznavnosti in privlačnosti prodajnih centrov ter zagotavljalo čim bolj celovito ponudbo za končnega potrošnika na eni lokaciji. Nakup prinaša možnost širitve poslovne mreže bencinskih servisov na obstoječe lokacije večjih Mercatorjevih trgovskih centrov v Sloveniji, na Hrvaškem in v Srbiji, saj bo Mercator v okviru transakcije pridobil tudi ekskluzivne pravice za uporabo tehnoloških in prostorskih rešitev za umestitev bencinskih servisov na parkirišča trgovskih centrov v vseh treh omenjenih državah. Pogodba je stopila v veljavo dne 9.8.2011.

## **SPREMEMBE V SESTAVI SKUPINE MERCATOR**

Dne 16.2.2011 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., podpisala pogodbo o prodaji 100-odstotnega lastniškega deleža v družbi Eta, živilska industrija, d.d., Kamnik. Pogodba o prodaji je stopila v veljavo dne 30.6.2011.

## **KORPORATIVNE DEJAVNOSTI**

Marca 2011 je Uprava Skupine Mercator na mednarodni novinarski konferenci predstavila poslovanje skupine v letu 2010 in pomembnejše načrte za prihodnost.

Dne 10.3.2011 smo izvedli 11. Srečanje finančnih partnerjev Skupine Mercator, katerega se je udeležilo okoli 70 predstavnikov poslovnih bank, lizinskih hiš in drugih finančnih institucij.

Dne 6.4.2011 smo že dvanajsto leto zapored izvedli trženjski dan, tradicionalno srečanje vodstva Mercatorja z največjimi dobavitelji in partnerji s trgov Mercatorjevega poslovanja, ki se ga je udeležilo več kot 420 predstavnic in predstavnikov Mercatorjevih dobaviteljev iz Slovenije in jugovzhodne Evrope.

## **PREJETE NAGRADE**

World Finance, ki spremlja področje globalnega poslovanja in financ, vsako leto spodbudi glasovanje o odličnosti v poslovanju in izbere korporacije, podjetja, poslovne skupine ali organizacije, ki predstavljajo merilo uspešnosti in najboljših praks v finančnem in poslovnem svetu. Mercatorju so podelili priznanje za odlično korporativno upravljanje v Sloveniji, ki kljub težkim gospodarskim razmeram najbolje služi interesom vseh svojih deležnikov.



Za svoj napredek na področju korporativnega in okoljskega trajnostnega delovanja je Skupina Mercator v tekmovanju za evropsko poslovno nagrado (European Business Award) že drugič prejela naziv Ruban d'Honneur, častni trak. Evropsko priznanje je namenjeno spodbujanju odličnosti, najboljše prakse in inovacij v evropski poslovni skupnosti, podjetja pa ocenjuje neodvisna žirija prestižnih ekonomistov, akademikov, poslovnežev, politikov in lastnikov medijev.

Kar devet priljubljenih krušnih izdelkov Pekarne Grosuplje, Mercatorjeve domače pekarnice, je prejelo zlato odličje na letošnjem 11. ocenjevanju kruha, pekovskega peciva, finega pekovskega peciva in testenin Sekcije za pekarstvo Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij v organizaciji Gospodarske Zbornice Slovenije.



Mercator je v eni največjih evropskih potrošniških raziskav, Trusted Brand 2011, ki jo organizira revija Reader's Digest po vsem svetu, že peto leto zapored dobil nagrado v kategoriji Nakupovalni center.

## **PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV PO ZAKLJUČKU OBDOBJA**

### **STRATEŠKO POVEZOVANJE**

Dne 29.7.2011 je bila podpisana pogodba o strateški povezavi med družbo Familija Marketi, d.o.o., Beograd, družbo Robne kuće Beograd, d.o.o., Beograd, in družbo Mercator-S, d.o.o., Novi Sad. S pogodbo bo družba Mercator-S, d.o.o., prevzela trgovsko dejavnost in zaposlene družbe Familija Marketi, d.o.o., ter v dolgoročni poslovni najem pridobila 27 trgovskih objektov, v skupni prodajni površini več kot 22 tisoč kvadratnih metrov, družbe Robne kuće Beograd, d.o.o.

# POSLOVNO POROČILO

## VPLIV GOSPODARSKIH IN KONKURENČNIH RAZMER NA POSLOVANJE SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-6 2011

### Gospodarske razmere na trgih poslovanja v obdobju 1-6 2011

V prvem četrtletju leta 2011 se je v evrskem območju nadaljevalo počasno okrevanje gospodarstva, k čemur sta predvsem prispevali Nemčija in Francija. V prvem polletju leta 2011 je bila zabeležena 2,5-odstotna inflacija, predvsem zaradi višje cene nafte in drugih energentov. Na vseh trgih Mercatorjevega poslovanja je bila zabeležena visoka stopnja brezposelnosti, ki se bo zaradi številnih insolvenčnih postopkov do konca leta 2011 predvideno še povečevala. Podražile so se tudi cene surovin, vse skupaj pa je negativno vplivalo na obseg potrošnje. Še vedno je zaznati tudi povečanje plačilne nediscipline, kreditna aktivnost bank pa je še vedno na nižjih ravneh kot pred gospodarsko krizo. Tečaj srbskega dinarja se je v prvem polletju 2011 stabiliziral. Evropska centralna banka (ECB) je v mesecu aprilu spremenila ključno obrestno mero z 1,00 % na 1,25 %. S svojo politiko želi ECB zagotavljati ustrezno podporo gospodarski rasti evro območja. Na dan 30.6.2011 je 6-mesečni Euribor dosegel vrednost v višini 1,788 in se je v primerjavi z začetkom leta povišal za 46 %. V povprečju se je v obdobju 1-6 2011 Euribor gibal na ravni 1,530 (enako obdobje lani je znašal 0,974). Rast Euribor-ja je negativno vplivala na povečanje stroškov financiranja.

#### Slovenija

V prvem četrtletju leta 2011 je stopnja rasti bruto domačega proizvoda (BDP) znašala 2 %, kar je predvsem posledica izvozno spodbujenega okrevanja dela slovenskega gospodarstva. Maja 2011 je bila stopnja registrirane brezposelnosti v Sloveniji 11,6-odstotna. Urad za makroekonomske analize in razvoj za leto 2011 napoveduje rast BDP v višini 2,2 %, pričakovana inflacija pa naj bi bila prav tako 2,2 %. Medletna inflacija je v mesecu juniju znašala 1,3 %.

#### Srbija

Gospodarska rast je v letu 2010 znašala 1,8 %, medletna inflacija v mesecu juniju pa je znašala 12,7 %. Napovedana inflacija za leto 2011 znaša 12,1 %, rast BDP-ja pa 2,7 %. V obdobju 1-6 2011 je povprečni tečaj srbskega dinarja znašal 102,20 RSD za 1 EUR (v obdobju 1-6 2010 pa 99,32 RSD za 1 EUR).

#### Hrvaška

V prvem četrtletju leta 2011 je BDP padel za 0,8 %. Hrvaška narodna banka za leto 2011 napoveduje rast BDP v višini 1,4 % ter 3,0-odstotno inflacijo. Medletna inflacija je v mesecu juniju znašala 2,0 %. V obdobju 1-6 2011 je povprečni tečaj hrvaške kune znašal 7,40 HRK za 1 EUR (v obdobju 1-6 2010 7,27 HRK za 1 EUR).

#### Bosna in Hercegovina

Gospodarska rast je v letu 2010 znašala 0,8 %, zabeležena inflacija pa 2,1 %. Mednarodni denarni sklad za leto 2011 napoveduje rast BDP v višini 2,2 % in stopnjo inflacije na ravni 5,0 %. Medletna inflacija je v mesecu juniju znašala 3,4 %. Tečaj konvertibilne marke je fiksno vezan na evre in znaša 1,95583 KM za 1 EUR.

## Črna gora

Črna gora je v letu 2010 zabeležila gospodarsko rast v višini 1,1 %, inflacija je znašala 0,5 %. V letu 2011 se pričakuje gospodarska rast v višini 2,5 % in stopnja inflacije na ravni 3,1 %. Medletna inflacija je v mesecu maju 2011 znašala 3,6 %. Uradna valuta v Črni gori je evro.

## Bolgarija

V prvem četrtletju leta 2011 je gospodarska rast znašala 3,4 %, prav tako je bila medletna inflacija v mesecu maju 3,4-odstotna. Mednarodni denarni sklad za leto 2011 napoveduje inflacijsko stopnjo v višini 4,2 %, gospodarska rast pa naj bi po poročanju analitikov v letu 2011 dosegla 3,2 %. Tečaj bolgarskega leva je fiksno vezan na evro in znaša 1,95583 BGN za 1 EUR.

## Albanija

V prvem kvartalu leta 2011 je bila v Albaniji zabeležena gospodarska rast v višini 3,4 %. Napovedana letna rast BDP za leto 2011 znaša 3,4 %, inflacija pa 4,5 %. Medletna inflacija je za junij znašala 3,9 %. Na dan 30.6.2011 je tečaj albanskega leka znašal 142,15 ALL za 1 EUR (na dan 30.6.2010 137,30 ALL za 1 EUR). V obdobju 1-6 2011 je povprečni tečaj albanskega leka znašal 140,57 ALL za 1 EUR (v obdobju 1-6 2010 138,24 ALL za 1 EUR).

## Spremenjeno obnašanje potrošnikov in vpliv tržne situacije na potrošnje

V Sloveniji je zaupanje potrošnikov v obdobju 1-6 2011 ostalo na nizki ravni. V tem obdobju je v primerjavi z letom 2010 še večji delež potrošnikov osebno čutil vpliv gospodarske krize na vsakdanje življenje – teh je bilo že skoraj tri četrtine (73 %). Večina potrošnikov meni, da se je njihovo finančno stanje že poslabšalo in trošijo manj. Gospodarska kriza se je dotaknila vseh segmentov potrošnikov. Velik problem ostaja brezposelnost. Razmere na trgu dela so se po močnem poslabšanju konec lanskega leta v obdobju 1-6 2011 stabilizirale, vendar ostaja brezposelnost višja kot v enakem obdobju lanskega leta. Ob relativno nizki pričakovani gospodarski rasti v letih 2011-2013 analitiki večjega upada brezposelnosti ne pričakujejo.

Odziv potrošnikov na gospodarsko krizo je bil na pomembnejših tujih trgih Mercatorjevega delovanja različen. V Srbiji se je na trgu izdelkov za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu v prvi polovici leta 2011 nadaljeval trend padanja količinske prodaje in števila nakupov, zaradi česar kljub rasti cen prihaja do rahlega padanja vrednostne prodaje. Na Hrvaškem je v letu 2010 prišlo do količinskega zmanjšanja potrošnje ter znižanja vrednosti povprečnega nakupa. Slednje je poleg količinskega upada posledica večje potrošnje izdelkov, ki predstavljajo alternativo glavnim blagovnim znamkam, na kar kaže tudi rast deleža izdelkov lastnih blagovnih znamk trgovcev. V prvi polovici leta 2011 ostaja obseg potrošnje nespremenjen. V Bosni in Hercegovini je bil odziv potrošnikov kasnejši. Do zmanjšanja pogostosti nakupov je prišlo šele konec leta 2009, izraziteje pa v letu 2010. Ta trend se nadaljuje tudi v prvi polovici leta 2011. Redkejša opraviljanja nakupov je povezano tudi s spremembami v izbiri prodajnega mesta – povečuje se delež potrošnje v hipermarketih ter zmanjšuje v majhnih tradicionalnih prodajalnah. V nasprotju z ostalima trgovoma so se potrošniki tu na krizo odzvali predvsem s spremenjeno strukturo nakupov, kar kaže na manjšo zvestobo blagovnim znamkam in večje povpraševanje po cenejših izdelkih.

Na vseh treh trgih ostaja velik problem brezposelnost. V Srbiji je brezposelnost do prve polovice leta 2010 zrasla na skoraj 20 %; v drugi polovici leta je ostala na enaki ravni. V prvi polovici leta 2011 je brezposelnost ponovno rasla in presegla 22 %. Tudi na Hrvaškem je bila brezposelnost v prvi polovici leta 2011 višja kot v enakem obdobju prejšnjega leta in je znašala 19 %. Brezposelnost v Bosni in Hercegovini je bila zelo visoka že pred gospodarsko krizo, potem pa se je še povečala in znaša 43 %.

Skupina Mercator je z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov investirala skoraj 12 milijonov EUR v nižje maloprodajne cene in tako del svoje marže namenila zmanjševanju negativnih učinkov cenovnih pritiskov dviga strateških surovin na potrošnike. Z nižjimi cenami bomo omogočili izboljšanje cenovne konkurenčnosti in se približali potrošnikom, ki so zmanjšali vrednost nakupov v času krize.

## RAZVOJ IN NEPREMIČNINSKA DEJAVNOST

V prvi polovici letošnjega leta smo na področju razvoja in nepremičninske dejavnosti nadaljevali z izpolnjevanjem ciljev iz sprejete strategije razvoja. Naša ključna naloga je bila pridobivanje novih prodajnih in logističnih površin, pri čemer smo v skladu s srednjeročnim naložbenim načrtom prednost dajali najemanju trgovskih površin oziroma se v precejšnji meri odmaknili od načela pretežno lastne izgradnje. Aktivno smo razvijali odnose z lokalnimi in mednarodnimi investitorji ter iskali priložnosti v njihovih projektih.

Prav tako smo izvajali različne razvojne aktivnosti na področju optimizacije upravljanja Mercatorjevih nepremičnin ter analizirali možnosti za posodobitev koncepta Mercatorjevih nakupovalnih središč, izboljšanje ponudbenega spleta v njih, izboljšanje strukture najemnikov v nakupovalnih središčih ter vzpostavitev strateških partnerstev s priznanimi mednarodnimi najemniki.

**Ključni cilji Mercatorja na nepremičninskem področju so:**



## Pregled investicij in dezinvesticij

V obdobju 1-6 2011 smo realizirali za 67.766 tisoč EUR naložb v osnovna sredstva. V Sloveniji smo porabili 20,5 odstotkov celotnih sredstev za investicije, na obstoječih tujih trgih (Srbija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina ter Črna gora) 78,6 odstotkov, na preostalih trgih (Albanija in Bolgarija) pa 0,9 odstotkov.

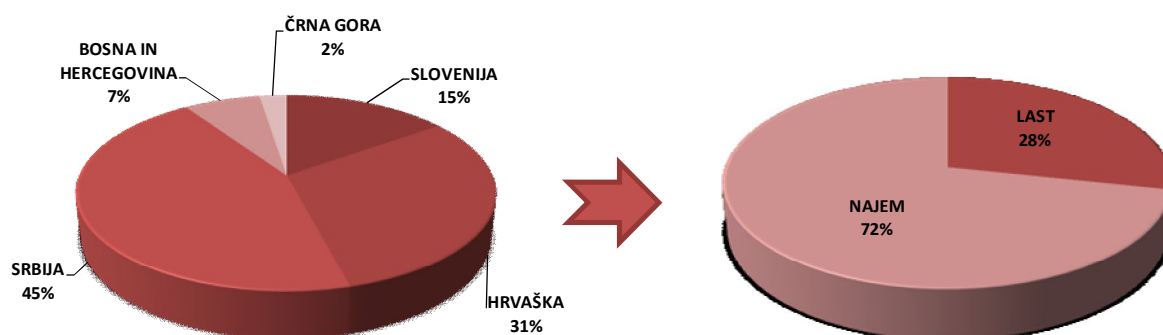
	<b>Naložbe v osnovna sredstva v obdobju 1-6 2011 (v 000 EUR)</b>	<b>Struktura (%)</b>
Slovenija	13.851	20,5%
Srbija	40.200	59,3%
Hrvaška	8.612	12,7%
Bosna in Hercegovina	1.071	1,6%
Črna gora	3.399	5,0%
Bolgarija	539	0,8%
Albanija	94	0,1%
<b>SKUPAJ</b>	<b>67.766</b>	<b>100 %</b>

Vlaganja v razvoj maloprodajnih zmogljivosti (Mercator centre, trgovske centre, Roda centre, samostojne prodajalne ter prodajalne znotraj drugih nakupovalnih centrov) predstavljajo 78,0 % celotnih investicij, prenove obstoječih prodajnih enot 9,3 %, preostalih 12,7 % pa so investirali v logistiko, informatiko in netrgovsko dejavnost.

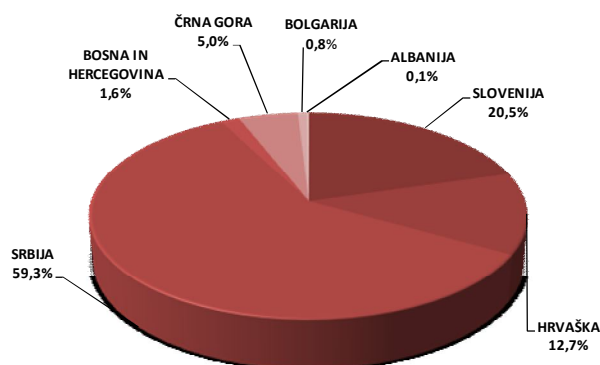
V obdobju 1-6 2011 smo pridobili 31.110 m<sup>2</sup> novih bruto površin, in sicer 71,6 % vseh novih površin smo pridobili s poslovnim najemom, 28,4 % pa z nakupi oziroma lastno izgradnjo.

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 odtujila za 6.003 tisoč EUR osnovnih sredstev.

### Delež novih odprtih uporabnih površin po trgih



### Delež vlaganj po trgih



### Pregled otvoritev maloprodajnih enot po trgih

#### Slovenija

- Nove površine: 4.719 m<sup>2</sup>
- Število novih prodajnih enot: 2
- Otvoritve: obrat Kranjski kolaček v Naklem in Mercator center tehnika in gradnja v Murski Soboti



#### Srbija

- Nove površine: 13.882 m<sup>2</sup>
- Število novih prodajnih enot: 13
- Otvoritve: supermarket in center tehnike v Veliki Plani; center tehnike v Smederevem; superete v Požarevcu, Stanišičih, Riđici, Futogu in dve v Smederevem; Roda center v Vrbasu; mega market v Smederevem; restavracija v Novem Sadu in Cash&Carry v Mladenovcu





## Hrvaška

- Nove površine: 9.599 m<sup>2</sup>
- Število novih prodajnih enot: 6
- Otvoritve: supermarket v Zagrebu; Intersport v Imotskem; trgovski center v Rovinju; hipermarket v Osijeku; supermarket in Intersport v Biogradu



## Bosna in Hercegovina

- Nove površine: 2.182 m<sup>2</sup>
- Število novih prodajnih enot: 2
- Otvoritve: supermarket z lokali dopolnilne ponudbe v Cazinu in supereta v Fojnici

## Črna Gora

- Nove površine: 728 m<sup>2</sup>
- Število novih prodajnih enot: 3
- Otvoritve: supereta v Beranah in Pljevljah ter manjši diskont v Zeleniku



## Pregled celotnih bruto uporabnih površin na dan 30.6.2011

Bruto uporabna površina v m <sup>2</sup>	Uporabljene za lastno dejavnost	Oddane v najem	Skupaj dne 30.6.2011
Trgovske površine v lasti	842.888	184.250	1.027.137
Trgovske površine v najemu	338.029	14.536	352.565
<b>Skupaj trgovske površine</b>	<b>1.180.917</b>	<b>198.786</b>	<b>1.379.702</b>
Skladiščne površine v lasti	147.214	0	147.214
Skladiščne površine v najemu	22.329	0	22.329
<b>Skupaj skladiščne površine</b>	<b>169.543</b>	<b>0</b>	<b>169.543</b>
Poslovne površine v lasti	25.432	2.283	27.715
Poslovne površine v najemu	4.840	71	4.911
<b>Skupaj poslovne površine</b>	<b>30.272</b>	<b>2.354</b>	<b>32.627</b>
<b>UPORABNE POVRŠINE V UPRAVLJANJU</b>	<b>1.380.732</b>	<b>201.140</b>	<b>1.581.872</b>
- od tega v lasti	1.015.534	186.533	1.202.067
- od tega v najemu	365.198	14.607	379.805

## Aktivnosti na področju monetizacije nepremičnin

Za uspešno poslovanje Skupine Mercator je zelo pomembno izkoriščanje potenciala nepremičnin za hitrejšo rast. Mercator ima v primerjavi z evropskimi trgovci v svoji bilanci namreč izjemno veliko nepremičnin oziroma sredstev, ki bi jih v primeru monetizacije lahko namenili za zmanjšanje zadolženosti. Zato smo v prvi polovici letošnjega leta poleg aktiviranja nepozidanih zemljišč in dezinvestiranja poslovno nepotrebne premoženja začeli s projektom monetizacije Mercatorjevih nepremičnin.

V okviru projekta smo pripravili tendersko dokumentacijo za izbor svetovalca pri izvedbi projekta ter jo razposlali izbranim naslovnikom – vodilnim mednarodnim nepremičninskim strokovnjakom in investicijskim bankirjem. V naslednjih mesecih bomo prispele ponudbe analizirali ter izbrali najustreznejšega ponudnika. Skupaj z izbranim svetovalcem bomo strukturirali ustrezen nepremičninski portfelj in ga ponudili mednarodnim investitorjem. V skladu z načrtanimi cilji v srednjeročnem gospodarskem načrtu Skupine Mercator bomo izbor

investitorjev in prodajo ter ponovni najem nepremičnin v Sloveniji in na Hrvaškem izvedli v letih 2012 in 2013, in sicer v predvideni vrednosti 500 mio EUR vsako leto.

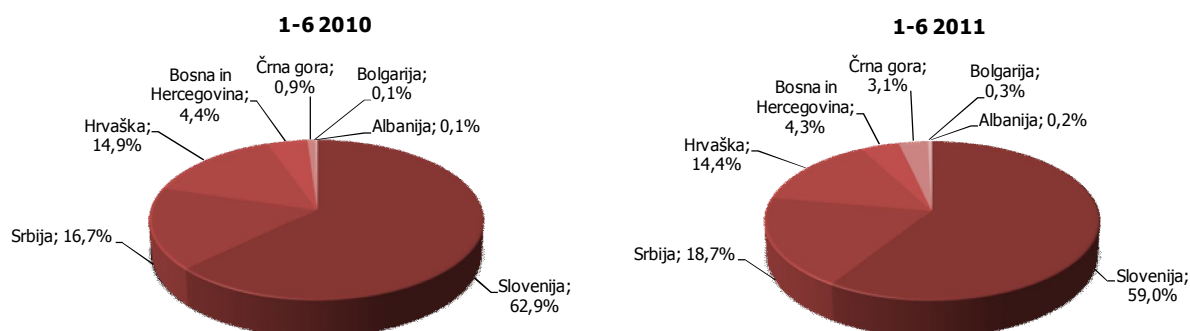


## PRODAJA IN TRŽENJE

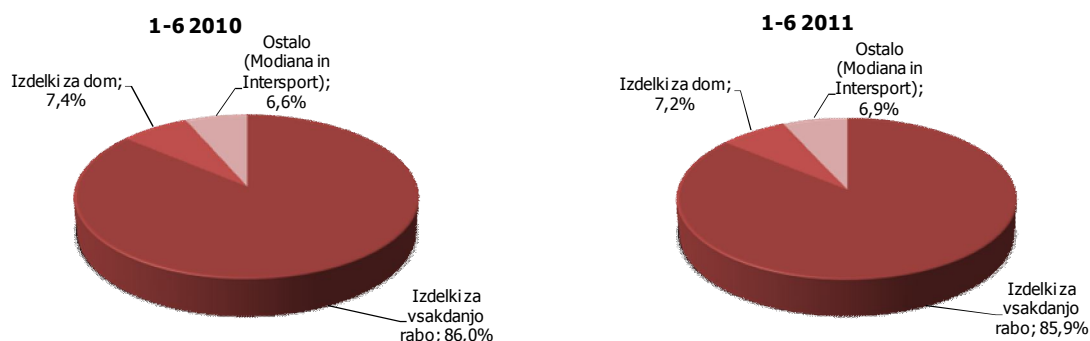
### Prodaja

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 1.416.386 tisoč EUR prihodkov iz prodaje, kar glede na obdobje 1-6 2010 pomeni 6,1-odstotno rast. Pretežni del prihodkov skupina ustvari s prodajo blaga, materiala in proizvodov, ki se v pretežni meri nanaša na prodajo trgovskega blaga na drobno in debelo. Prihodki od prodaje blaga, materiala in proizvodov so se v Sloveniji zvišali za 1,1 odstotka, v tujini pa rast znaša 18,3 odstotkov.

### Prihodki iz prodaje Skupine Mercator po geografskih odsekih:

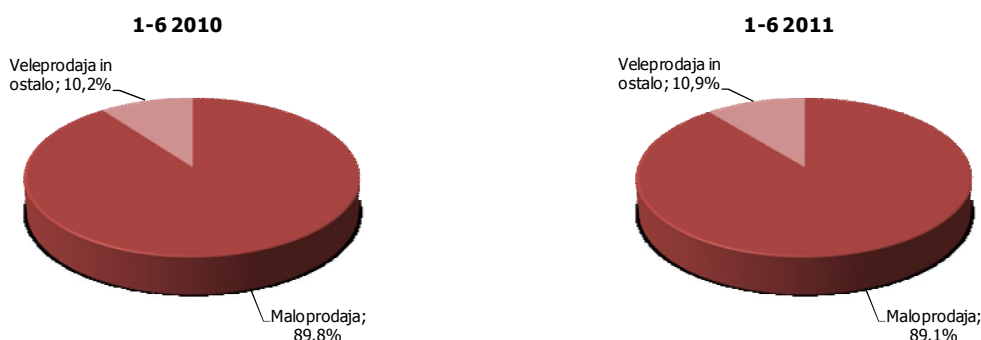


### Prihodki iz prodaje v trgovski dejavnosti Skupine Mercator po programih:





## Prihodki iz prodaje Skupine Mercator po tipu prodaje:



Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 z maloprodajo ustvarila 89,1 % čistih prihodkov iz prodaje blaga in materiala, z veleprodajo pa 10,9 %.

## Trženje

Skupina Mercator v viziji, poslanstvu in strategijah poslovanja postavlja potrošnika v center svojega delovanja. Posebno pozornost namenjamo stiku s potrošnikom in gradnji zaupanja s kakovostno in široko ponudbo izdelkov uveljavljenih in lastnih blagovnih znamk, najboljšo ravno storitve, s sodobno in prijetno nakupno izkušnjo ter aktivnostmi usmerjenimi v skrb za okolje in ljudi. Naše trženjske aktivnosti so osredotočene na skladnost delovanja in komuniciranja s potrošniki na vseh trgih našega poslovanja. Na področju trženja smo v prvih šestih mesecih letošnjega leta delovali v smeri zastavljenih usmeritev.

### 1. Mercator je prva izbira ljudi pri nakupu izdelkov za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu in za dom.

Skupina Mercator želi biti prva izbira potrošnikov pri nakupu izdelkov vsakdanje rabe ter s tem vodilna in največja trgovska veriga z izdelki za dnevno rabo v gospodinjstvu in tehničnimi izdelki. V ta namen smo zasnovali novo tržno-komunikacijsko aktivnost Mislimo resno, s katero smo želeli potrošnikom izpostaviti ugodne nakupe in ponudbo lokalnih izdelkov v naših prodajalnah. Do dne 30.6.2011 smo zaklenili cene več kot 300 izdelkom lastnih znamk Mercator, Pekarne Grosuplje in linije Bonus plus. Znižali smo cene več kot 2.000 izdelkom različnih blagovnih znamk, aktivno pa vključujemo na police tudi ponudbo lokalnih pridelovalcev. V naše akcije vključujemo čim širši nabor izdelkov s ciljem, da našim potrošnikom v oteženih gospodarskih razmerah omogočamo ugodnejši nakup vsakodnevnih življenjskih potrebščin.

*Ko želimo storiti nekaj za vas,*  
**mislimo resno.**  
*V Mercatorju smo se zavzeli, da bomo peščkali na ugodne nakupe in podpirali lokalne pridelavce.*

**Zaklenjeno ceno**  
Vc. vsaj 200 izdelkov  
vsi izdelki cene  
nižje kot prej  
od 1.10.11. pa do 30.6.2011.

**10.6.2011**  
**izdelkov c. nižje kot prej**  
vsi izdelki cene nižje kot prej  
od 1.10.11. pa do 30.6.2011.

**70% pridelavci**  
70% pridelavci  
70% pridelavci  
70% pridelavci  
70% pridelavci

**Mercator najboljši sosed**

V prvem polletju leta 2011 je Skupina Mercator z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov investirala skoraj 12 milijonov EUR v nižje maloprodajne cene in tako del svoje marže namenila zmanjševanju negativnih učinkov cenovnih pritiskov dviga strateških surovin na potrošnike.

Znamko Mercator smo v mesecu marcu izpostavili z aktivnostjo »Kupiš 4 plačaš 3«, v katero je bilo vključenih več kot 1.100 izdelkov.

Članom Lumpi kluba smo omogočili cenejši nakup vseh izdelkov znamke Lumpi, članom kluba Uživajmo zdravo pa smo omogočili cenejši nakup vseh izdelkov znamke Zdravo življenje.

Odprli smo prvi Sladki kotiček s ponudbo Kranjskega kolačka v hipermarketu Kranj Primskovo.

Pri ponudbi nemarket izdelkov smo v prvem polletju v maloprodajnih formatih M Tehnika, M Pohištvo in M Gradnja pripravili redne mesečne pospeševalno prodajne aktivnosti, ki so zaokrožile cenovno konkurenčno ponudbo opreme in izdelkov vse za dom. Prav tako smo pričeli z uvajanjem nove celostne podobe označevanja prodajnih mest ter oglaševanja projektov tehničnega programa v medijih s kampanjo OD A DO Ž. Pričeli smo z rednimi aktivnostmi, ki komunicirajo ekološko osveščenost, družbeno odgovornost in aktivnosti v skladu z Mercatorjevimi smernicami trajnostnega razvoja.

Kot novost v ponudbi smo vsak mesec izdali tudi novo publikacijo »BITI - Živeti z Mercatorjem«, ki vsak prvi petek v mesecu razvaja z nasveti in ugodnimi ponudbami posameznih blagovnih skupin izdelkov vezanih na določen prostor v naših domovih.



Kontinuirano na vseh trgih pripravljamo najrazličnejše ugodne ponudbe izdelkov in storitev za potrošnike ter dajemo poudarek sezonski in tematski ponudbi.

Potrošnikom nudimo ponudbo trinajstih linij lastnih znamk, ki vključujejo prehranske izdelke, izdelke za gospodinjstvo, izdelke tekstilnega in tehničnega programa ter kozmetične izdelke, izdelke za otroško nego in igrače, pripravljene jedi, slašičarske izdelke ter izdelke zdrave prehrane. V teku je prenova dveh linij lastnih znamk in razvoj nove linije tekstila.

Prenovljeno kozmetično linijo MyBody smo uspešno uvedli na trge Srbije, Bosne in Hercegovine ter Črne gore.

Država	Št. znamk	Št. izdelkov
Slovenija	13	2.716
Srbija	9	957
Hrvaška	8	1.978
Bosna in Hercegovina	9	1.125
Črna gora	8	996
Bolgarija	3	229
Albanija	7	377

## 2. Mercator s ponudbo izdelkov za vsakdanjo rabo in dom ustvarja najboljšo vrednost za potrošnike.

V želji, da bi zagotovili pestro in cenovno ugodno ponudbo izdelkov, ves čas aktivno pripravljamo različne pospeševalno-prodajne aktivnosti na vseh trgih delovanja.

Država	Ključne aktivnosti, izvedene v obdobju 1-6 2011
Slovenija	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zaklenili smo cene izdelkom celotne generične linije, mleku in mlečnim izdelkom ter sveže pakiranemu mesu linije Mercator in kruhom Pekarne Grosuplje</li> <li>Redne tedenske akcijske ponudbe, vikend ponudbe in popusti na blagovne skupine</li> <li>Torkovi popusti TO! in četrtkovi popusti za upokoјence</li> <li>Program zvestobe Zberi in izberi</li> <li>Sobotni popust za vse nakupe zadnjo soboto v mesecu marcu</li> <li>Ponudba Sveže z aktivnostjo 5 na dan – napolnite vrečo 50 % ceneje</li> <li>Akcija »Žejni? Osvežite se!«</li> <li>Kupon za 20 % popust na izbran izdelek v tedenskem letaku Razvade in izbranih tiskanih medijih</li> <li>Aktivnost Mercatorja v povezavi z Zvezo svobodnih sindikatov Slovenije</li> </ul>

Srbija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redna mesečna akcija Mercator in Roda</li> <li>• Torkovi popusti TO!</li> <li>• Program zvestobe Zberi in izberi</li> <li>• 10 % vikend popust</li> <li>• Letak s popusti na trgovsko znamko</li> <li>• Popusti na blagovne skupine ter sredini popusti za upokoјence</li> <li>• Vikend akcija »Shopping avantura« z 10 % popustom</li> </ul>
Hrvaška	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redna akcijska ponudba</li> <li>• Torkovi popusti TO! in četrtkovi popusti za upokoјence</li> <li>• Program zvestobe Zberi in izberi</li> <li>• Aktivnost Super cena za posamezne izdelke</li> <li>• Sezonska ponudba »Dobra ideja«</li> </ul>
Bosna in Hercegovina	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redna mesečna akcija Mercator</li> <li>• Torkovi popusti TO! in četrtkovi popusti za upokoјence</li> <li>• Program zvestobe Zberi in izberi</li> <li>• Mercatorjeva zvezda meseca z mesečno najugodnejšo ponudbo izbranih izdelkov</li> <li>• Vikend akcije</li> <li>• Lokalna ponudba sadja in zelenjave v aktivnosti naš vrt in ponudba 5 na dan</li> <li>• Brezplačni izdelki iz linije trgovske znamke pri nakupu nad 50 KM</li> <li>• Srečni ponedeljek - 10 % popust na tekstil</li> </ul>
Črna gora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Torkovi popusti TO!</li> <li>• Program zvestobe Zberi in izberi</li> <li>• Vikend akcije v prodajalnah Rode in Mercatorja</li> <li>• Aktivnost odloženega plačila na 4 obroke za upokoјence</li> <li>• Dvotedenske in mesečne ponudbe akcijskih izdelkov</li> <li>• Letak trgovske znamke</li> </ul>
Bolgarija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redna mesečna akcija</li> <li>• Program zvestobe Zberi in izberi</li> <li>• Dvotedenska ponudba najugodnejših izdelkov »TOP 10«</li> <li>• 10 % vikend popust ob nakupu nad določeno vrednostjo</li> <li>• 20 % popust na posameznih izdelčnih kategorijah od ponedeljka do srede</li> </ul>
Albanija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redni dvotedenski akcijski letaki</li> <li>• Torkovi popusti TO!</li> <li>• Program zvestobe Zberi in izberi</li> <li>• Vikend akcije 5 na dan s ponudbo treh najugodnejših izdelkov sadja in zelenjave</li> </ul>

Vrednost za potrošnike ustvarjamo tudi s kartico zvestobe Mercator Pika, saj redno izvajamo aktivnosti nagrajevanja zvestih kupcev z aktivnostmi podeljevanja dvojnih in trojnih pik ter Posebnimi Pikinimi popusti in ugodnostmi za člane klubov.

V mesecu maju smo s sistemom zvestobe Mercator Pika pričeli tudi v Črni gori. V krog imetnikov kartice Mercator Pika smo povabili kupce v prodajalnah v Črni gori, hkrati pa smo vsem obstoječim imetnikom kartice iz drugih držav omogočili uporabo kartice v Črni gori.

Imetniki kartice Mercator Pika	Slovenija	Srbija	Hrvaška	Bosna in Hercegovina	Skupaj
Na dan 31.12.2010	1.006.051	185.175	272.024	143.814	1.607.064
Na dan 30.6.2011	1.056.379	199.541	294.372	164.420	1.714.712
<b>Novo izdane kartice 1-6 2011</b>	<b>50.328</b>	<b>14.366</b>	<b>22.348</b>	<b>20.606</b>	<b>107.648</b>

V Sloveniji izvajamo mesečne akcije Posebni Pikini popusti s ponudbo širokega nabora izdelkov in storitev po ugodnih cenah, ki so stalna aktivnost za imetnike kartice v sodelovanju s partnerji v sistemu. V obdobju 1-6 2011 smo izvedli 6 korporativnih akcij dvojne pike v

živilskih prodajalnah in trojne pike v prodajalnah M Tehnika, M Gradnja in M Pohišstvo. Ob zaključku 24. bonitetnega obdobja smo v okviru Pikinega dne izvedli nagradno žrebanje.

Tudi na ostalih trgih izvajamo redne aktivnosti z ugodnostmi za imetnike kartice. Na Hrvaškem in v Bosni in Hercegovini je bila izvedena aktivnost za spodbujanje neaktivnih imetnikov kartice s povabilom k sobotnemu nakupu z 10-odstotnim Pikinim kuponom.

### Senior Klub

V mesecu juniju 2011 je bil v Sloveniji ustanovljen Senior klub. Namen kluba je poenostavljen postopek izkazovanja statusa upokojenca na prodajnih mestih ob četrtkovih popustih za upokojenca. Za člane kluba bomo izvajali različne aktivnosti:

- popusti ob nakupu določenih izdelkov ali skupin izdelkov,
- podeljevanje dodatnih pik,
- kuponi za določene izdelke.



### 3. Mercator ponuja potrošnikom kakovostno storitev in ugodno nakupno okolje.

V Skupini Mercator smo zavezani k izvedbi kakovostne storitve, ki potrošniku omogoča prijetno nakupno izkušnjo ter priročnost nakupovanja. S tem namenom na prodajna mesta uvajamo vedno nove tehnologije in storitve.

V prvem polletju letošnjega leta smo uvedli nove vinotoče, ki potrošniku omogočajo preizkušanje lokalne ponudbe kakovostnih izdelkov in večkratno uporabo embalaže za polnjenje. Potrošnikom poleg redne ponudbe izdelkov vsakdanje potrošnje nudimo tudi fotografske ter turistične storitve (v omenjenem obdobju smo izdali katalog »Pomlad-poletje 2011«). V razvoju so tudi nove finančne in zavarovalniške storitve.

### 4. Mercator s svojim delovanjem prispeva k večji kakovosti življenja v družbenem in naravnem okolju.

Mercator je najboljši sosed socialnemu, naravnemu in kulturnemu okolju. Vpetost v lokalno okolje preko pobud za lokalno proizvodnjo, skrb za zdravje ljudi in brezskrben razvoj otrok, humanitarna dejavnost in sonaravni razvoj so temeljna načela delovanja podjetja. S tem izkazujemo svojo občutljivost do potreb okolja in jim hkrati prilagajamo svoje delovanje.

V letu 2011 postavljamo v ospredje temeljno načelo trajnostnega razvoja, ki pravi, da moramo danes svoje potrebe zadovoljevati tako, da s tem ne ogrožamo prihodnosti naslednjih rodov. Kot največji trgovec v regiji s svojim obnašanjem in poslovnimi odločitvami uveljavljamo načela trajnostnega razvoja na področjih socialno družbene odgovornosti, varovanja okolja in ekonomske vzdržnosti.

V okviru Mercatorjevega trajnostnega delovanja smo konec meseca marca pričeli z izvajanjem projekta Lokalnost, v katerega so vključeni določeni izdelki, ki predstavljajo:

- lokalno ponudbo kmetij in manjših pridelovalcev,
- ponudbo pridelovalcev in proizvajalcev določene regije,
- vseslovensko lokalno ponudbo.

Pomemben del lokalne ponudbe je tudi dostava, saj želimo s čim manj prevoženimi kilometri vplivati tudi na zmanjšanje emisij.



## Digitalne komunikacije

Obdobje prvega polletja leta 2011 sta področje digitalnega komuniciranja zaznamovala dva pomembna projekta: Mercator spletna trgovina Tehnika in razvoj mobilnih aplikacij. S prvim projektom smo odprli spletna vrata vsem tistim, ki si želijo nakup tehničnih izdelkov opraviti na najbolj priročen način, z drugim projektom pa smo se približali kupcem na vsakem koraku preko mobilnih aparatov in jim omogočili enostaven in hiter pregled nad najbolj priročnimi vsebinami.

### Spletne strani in spletne trgovine:

V juniju smo vzpostavili spletno mesto »Mmm Recepti«, ki obiskovalcem ponuja številne recepte uveljavljenih kuharjev ter omogoča objavo lastnih receptov. V marcu je zaživela Mercatorjeva spletna trgovina s tehnično ponudbo. Skupaj s spletno trgovino smo uvedli tudi spletno plačevanje s zeleno in zlato kartico Mercator Pika. Na družabnih omrežjih aktivno delujeta tudi Beautique in Modiana.

### Aktivnosti na družabnih omrežjih:

V začetku leta 2011 je bil ustvarjen profil Kranjski kolaček. Uspešno smo zaključili nagradno igro Razvade, ki je imela več kot 30.000 uporabnikov. Preko Facebook-a smo s posebno aplikacijo promovirali Mercator spletno trgovino Tehnika. Za potrebe mobilnih aplikacij smo kot enega ključnih medijev za komunikacijo do uporabnikov uporabili Facebook s posebno aplikacijo za mobilnike.

Družbe na tujih trgih so aktivne na omrežju Facebook, v načrtu pa je prisotnost tudi na drugih družabnih omrežjih. Skozi nagradne igre kupci spoznavajo našo ponudbo, z napovedjo dogodkov in akcij pa jih privabljam na prodajna mesta.



### Mobilne aplikacije:

V februarju je bila izdelana prva v nizu mobilnih aplikacij za pametne telefone, imenovana »Prodajna mesta«, ki uporabniku omogoča iskanje najbližje Mercatorjeve trgovine z informacijami o obratovalnem času glede na uporabnikovo lokacijo in čas iskanja. Dodatna funkcionalnost aplikacije uporabniku omogoča dostop do storitve Moja Pika, do katere imajo uporabniki izhodiščno dostop preko spleta. Začeli smo tudi z načrtovanjem mobilne različice storitve »Mmm Recepti«.

Maja je bila izdelana mobilna različica nekaterih ključnih vsebin osrednjega spletnega mesta. Mobilne spletne strani ponujajo prikaz popolnoma prilagojen tabličnim računalnikom in pametnim telefonom.

### Spremljanje pojavnosti Mercatorja na digitalnih medijih:

Z januarjem 2011 smo vzpostavili sistem webkliping-a za redno spremljanje pojavnosti Mercatorja na spletu, pri čemer je ključni cilj vzpostavitve možnost odzivanja Mercatorja na vsebine, ki se pojavljajo tudi v digitalnih medijih in ne le v klasičnih.

### Pravni vidik digitalnega komuniciranja:

V obdobju 1-6 2011 smo opredelili osnovne zahteve in načrte pravnega vidika digitalnega komuniciranja za zaščito kupca, zaposlenega in ugleda korporativne blagovne znamke. Skladno s strategijo digitalnega komuniciranja družbe je bil vzpostavljen pravni in postopkovni vidik eksterne sistema upravljanja s spletnimi in mobilnimi skupnostmi.

## Prodajni formati

S širitvijo trgovske mreže v države jugovzhodne Evrope vstopa Mercator tudi na tržišča, ki so različno ekonomsko zrela. S ciljem, da bi se čim bolj prilagodili potrebam kupcev na teh trgih ter povečali odzivnost glede ponudbe kvalitetnega blaga po ustreznih cenah, smo v Mercatorju razvili več nivojsko strategijo blagovnih znamk prodajaln (Mercator, Hura!, Getro, Roda) ter v okviru multiformatne strategije širok nabor prodajnih formatov. Le-ti so namenjeni tako večjim, načrtovanim nakupom, kot manjšim, dnevnim oziroma priložnostnim nakupom izdelkov za vsakdanjo rabo v gospodinjstvu ter tudi tehničnih, tekstilnih in kozmetičnih izdelkov oziroma športne opreme.

Blagovne znamke in prodajni formati, pod katerimi deluje Skupina Mercator:

### IZDELKI VSAKDANJE RABE

#### MERCATOR

- Mercator centri
- Nakupovalni centri
- Hipermarketi
- Supermarketi
- Sosedske prodajalne
- Cash&Carry
- Spletna trgovina

#### RODA

- Roda centri
- Megamarketi
- Supermarketi
- Marketi
- Cash&Carry

#### GETRO

- Cash&Carry
- Market

#### HURA!

- Diskontne prodajalne

### TEHNIČNI, TEKSTILNI IN KOZMETIČNI IZDELKI TER ŠPORTNA OPREMA

#### PRODAJALNE IZDELKOV VSE ZA DOM

- Gradbeno vrtni centri
- Prodajalne dom
- Centri tehnike
- Spletna trgovina

#### PRODAJALNE TEKSTILA IN KOZMETIKE

- Modiana
- Beautique

#### PRODAJALNE ŠPORTNE OPREME

- Intersport

## Sestava maloprodajnih enot na dan 30.6.2011

DRŽAVA	SLOVENIJA	SRBIJA	HRVAŠKA	BOSNA IN HERCEGOVINA	ČRNA GORA	ALBANIJA	BOLGARIJA	SKUPINA MERCATOR		
DEJAVNOST	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Število enot	Bruto površina	Prodajna površina
Hipermarketi	21	14	13	6	2	1	4	61	289.423	188.024
Supermarketi	62	15	24	12	5	-	-	118	167.443	108.781
Sosedske prodajalne	403	62	48	7	73	3	-	596	257.744	151.233
Prodajalne udobja	1	-	1	1	-	-	-	3	6.215	3.669
Getro market	-	-	23	-	-	-	-	23	12.518	7.986
Cash & Carry	12	4	16	-	-	-	-	32	140.239	99.496
Hura! diskonti	15	-	-	-	-	-	-	15	11.831	8.572
Gostinstvo	20	7	-	2	1	-	-	30	9.296	5.302
M Holidays	12	-	-	-	-	-	-	12	222	222
<b>Skupaj izdelki za vsakdanjo rabo</b>	<b>546</b>	<b>102</b>	<b>125</b>	<b>28</b>	<b>81</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>890</b>	<b>894.929</b>	<b>573.285</b>
Tehnični program	62	10	14	-	3	-	-	89	131.584	71.010
Pohištveni program	31	2	-	-	1	-	-	34	34.749	26.325
<b>Skupaj izdelki za dom</b>	<b>93</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>123</b>	<b>166.333</b>	<b>97.335</b>
Program tekstila in lepote	96	17	31	13	1	0	0	158	68.360	57.524
Tekstilni program	75	9	31	9	1	-	-	125	64.634	54.430
Drogerije	21	8	-	4	-	-	-	33	3.726	3.094
Intersport	32	9	29	9	2	2	-	83	51.296	39.624
Ostali formati prodajaln	128	26	60	22	3	2	0	241	119.656	97.148
Franšizne prodajalne	229	-	52	-	-	-	-	281	52.204	34.287
<b>SKUPAJ</b>	<b>996</b>	<b>140</b>	<b>251</b>	<b>50</b>	<b>88</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>1.535</b>	<b>1.233.121</b>	<b>802.056</b>



## Razvoj novih tehnoloških rešitev

Mercator je inovativen trgovec, kar na področju razvoja prodajnih formatov pomeni implementacijo najsodobnejših tehnoloških in tehničnih naprav v prodajni prostor, ki kupcu olajšajo nakup in predstavljajo prijetnejšo nakupovalno izkušnjo. V obdobju 1-6 2011 so potekale naslednje aktivnosti: razvoj info kioskov za izbrane blagovne skupine kozmetike, umestitev vinotočev v nekatere hipermarkete, umestitev samopostrežnih blagajn v hipermarket Beograd, testiranje vlaženja sadja in zelenjave, testiranje digitalnih cen na prodajnem mestu, izvedba preliminarnega testiranja lup na nakupovalnih vozičkih ter proučevanje uvedbe manjših samopostrežnih blagajn, ki bi bile primerne tudi za manjše formate.



## Razvoj novih trgovinskih konceptov

### Preureditev blagovnice Maximarket

V letošnjem letu je predvidena celostna preureditev blagovnice Maximarket v skladu z novo postavljenim trgovinskim in trženjskim konceptom, t.j. kultno mesto kvalitetnih nakupov. V obdobju 1-6 2011 so se intenzivno pripravljali tehnični izrisi vseh elementov ter vse potrebne vizualne in ostale podlage za izvedbo preureditve.

### Priročne prodajalne

Potrošniki so danes vse bolj v stiski s časom, zato smo zanje v Mercatorju razvili nov format mestne priročne prodajalne, ki omogoča prihranek časa in navora za nakup izbranega izdelka. Prva priročna prodajalna Kongresni trg se je odprla dne 22.6.2011. Programski splet prodajalne v celoti odraža tako potrebe ciljnega kupca (zaposleni v bližnjih poslovnih stavbah, dijaki in študentje ter mimoidoči, ki gredo po različnih opravkih), kot tudi značilnosti mikrolokacije (ponudba primerna tudi za okoliške prebivalce ter turiste). Med posebnostmi prodajalne gre omeniti predvsem atraktivno ponudbo kvalitetnih priročnih izdelkov (tople sveže jedi za takojšnje uživanje, solate in rezano sadje, sendviči, sveže stisnjeni sokovi, ...), široko ponudbo svežih izdelkov, ponudbo raznovrstnih kavnih napitkov (t.i. coffee-to-go), dobro založeno delikateso, kotiček z izbrano ponudbo tipičnih slovenskih izdelkov ter manjši oddelek osnovnih živil in neživil, namenjen predvsem okoliškim prebivalcem.

### Eko hiša

Eden izmed ciljev uresničevanja trajnostnega sonaravnega razvoja v Mercatorju je tudi postavitve prve okolju prijazne oziroma zelene prodajalne v Sloveniji. Le-ta bo predstavljala celovit razvojni koncept, ki bo vključeval različna področja razvoja (gradbeni vidik, trajnostno poslovanje, trženjsko trgovinski koncept) in bo postavljen na vzorčni prodajalni, velikosti približno 900 m<sup>2</sup>. Okolju prijazna prodajalna bo v svoji ponudbi združevala široko in globoko ponudbo vseh blagovnih skupin, značilnih za format supermarket, s sledečimi poudarki: široka ponudba ekoloških izdelkov blagovnih skupin, v okviru katerih kupci največ posegajo po zdravi in varni prehrani, lokalna ponudba izdelkov, sveži program ter ponudba sadja in zelenjave.

## Strateški projekti

V vse bolj razgibanem poslovnem okolju, kjer so spremembe edina stalnica, je odzivnost pogoj uspešnega poslovanja. To smo večkrat dokazali že v preteklosti, ko smo uspešno izvedli več strateških projektov na področju optimizacije poslovanja v maloprodaji, logistiki, prenovi informatike ter na področju upravljanja odnosov s kupci.

Da bi ponudbo še bolj prilagodili našim kupcem, smo v 3. četrtletju leta 2011 začeli izvajati dva nova strateška projekta:

- Osvežitev ponudbe market programa v Sloveniji in
- Oblikovanje tehnične verige.

#### Osvežitev ponudbe market programa v Sloveniji

Cilja projekta osvežitve Mercatorjeve ponudbe market programa v Sloveniji je ponudbo še bolj prilagoditi potrebam naših potrošnikov. V zadnjih letih so se nakupne navade potrošnikov spremenile, zaradi česar želimo ponudbo v naših trgovinah market programa v Sloveniji »osvežiti« na takšen način, da bo še bolj privlačna za naše zveste potrošnike. Strateški projekt osvežitve Mercatorjeve ponudbe se nanaša na celovito prilagoditev trženjskega spleta in tržne pozicije Mercatorja na trgu, cilji projekta, ki bo potekal v drugi polovici leta 2011 in v letu 2012, pa so sledeči:

- prilagoditev in racionalizacija sortimana,
- ambicioznejši razvoj trgovske znamke,
- izboljšanje cenovne konkurenčnosti,
- modernizacija trgovin in
- celovita prenova sistema zvestobe in prilagoditev promocijskih aktivnosti.

#### Oblikovanje tehnične verige

Namen projekta oblikovanja tehnične verige je oblikovati verigo trgovin z izdelki za dom kot samostojno podjetje po vzoru uspešnega preoblikovanja tekstilne in športne verige v družbi Modiana in Intersport, s čimer bomo zagotovili še večjo fleksibilnost delovanja tega trgovskega programa z namenom še boljšega zadovoljevanja potreb naših potrošnikov. Veriga bo po zgledu tekstilne verige Modiana in športne verige Intersport obsegala vse prodajalne z izdelki za dom na vseh trgih v regiji, kjer Mercator deluje. Oddelitev tehnične verige v samostojno pravno osebo bo olajšala morebitne strateške povezave z drugimi tehničnimi trgovci v regiji in omogočila pospeševanje sodelovanja. Ključni cilj nove tehnične verige je razširiti ponudbo tehničnega programa in postati najboljši ponudnik kvalitetnega blaga v različnih cenovnih razredih in najboljši svetovalec kupcem.

Učinkovitemu izvajanju obeh omenjenih strateških projektov smo prilagodili tudi organizacijsko strukturo, katere bistvo je razdelitev obsežnega poslovnega področja Mercator trgovina Slovenija na dve organizacijsko homogenejši poslovni področji:

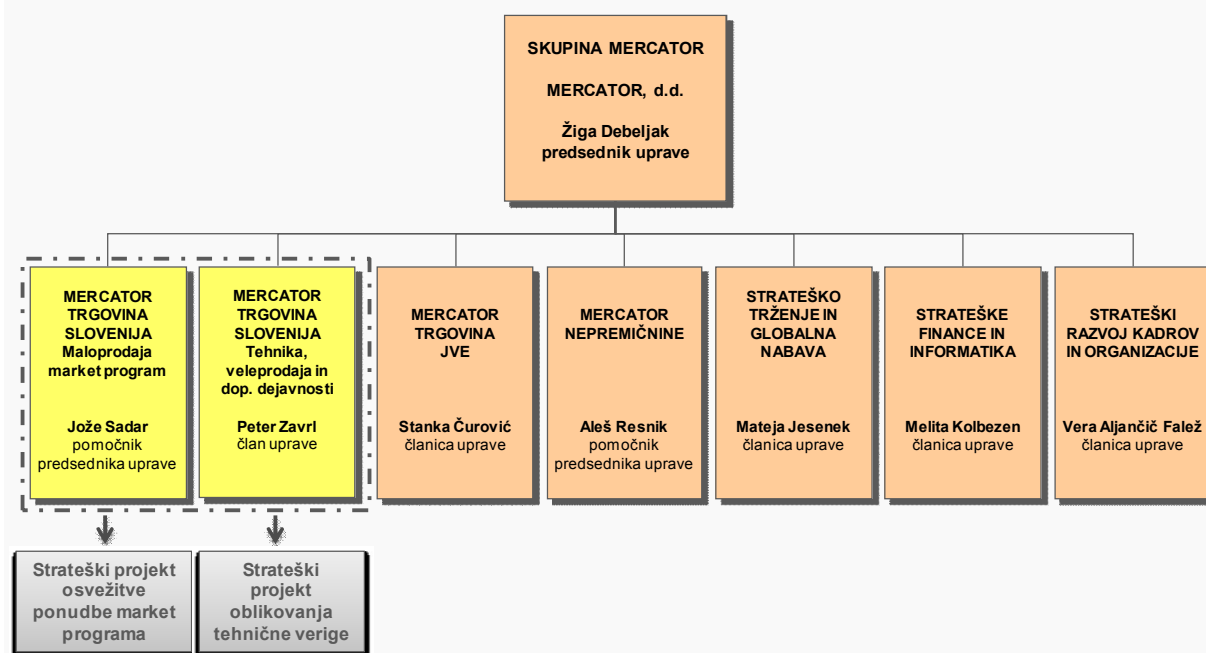
- Maloprodaja market program ter
- Tehnika, veleprodaja in dopolnilne dejavnosti.

Poslovno področje Maloprodaja market programa bo od 1. septembra 2011 dalje vodil **Jože Sadar**, dosedanji pomočnik člana uprave, ki s tem dnem prevzema funkcijo pomočnika predsednika uprave za omenjeno poslovno področje.

Poslovno področje Tehnika, veleprodaja in dopolnilne dejavnosti bo tako kot do sedaj vodil član uprave Peter Zavrl, ki bo odgovoren tudi za izvedbo strateškega projekta Oblikovanja tehnične verige. Hkrati z namenom enotnega upravljalvskega pristopa pa prevzema tudi pristojnosti za upravljanje družb Mercator-Emba, d.d., ter tekstilno in športno verigo Modiana in Intersport.



Makro-organizacijska struktura bo od 1. septembra 2011 sledeča:



## FINANČNO UPRAVLJANJE

### Stabilno finančno poslovanje

Obveznosti iz financiranja so se v Skupini Mercator v obdobju od 1-6 2011 glede na stanje v istem obdobju lani povečale za 8,7 odstotka. Neto finančni dolg Skupine Mercator je konec drugega kvartala znašal 1.075.107 tisoč EUR, kar je za 13,3 odstotke več, kot je znašal konec leta 2010. Povečanje je posledica medletne dinamike v trgovski dejavnosti.

v 000 EUR	30.6.2011	31.12.2010	Indeks 30.6.2011/ 31.12.2010
Dolgoročne finančne obveznosti brez drugih finančnih obveznosti	766.470	674.375	113,7
Kratkoročne finančne obveznosti brez drugih finančnih obveznosti	396.790	391.482	101,4
Izpeljani finančni instrumenti (obveznosti)	1.504	2.478	60,7
<b>Finančne obveznosti skupaj z izpeljanimi finančnimi inštrumenti</b>	<b>1.164.764</b>	<b>1.068.335</b>	<b>109,0</b>
Denar in denarni ustrezniki	15.314	20.766	73,7
Izpeljani finančni instrumenti (sredstva)	487	70	696,0
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	3.843	3.959	97,1
Dana posojila in depoziti	70.012	94.459	74,1
<b>Finančna sredstva</b>	<b>89.656</b>	<b>119.254</b>	<b>75,2</b>
<b>NETO FINANČNI DOLG</b>	<b>1.075.107</b>	<b>949.081</b>	<b>113,3</b>
Neto finančni dolg / kosmati denarni tok iz poslovanja	<b>6,13</b>	<b>5,58</b>	<b>110,0</b>
Neto finančni dolg / poštena vrednost nepremičnin	62,4%	56,6%	110,3

## Kapitalska sestava

Skupina Mercator je na dan 30.6.2011 dosegla kapitalsko sestavo z razmerjem 1:1,27 med lastniškim kapitalom, ki obsega računovodsko izkazani lastniški kapital in rezervacije, ter neto finančnim dolgom.

## Diverzifikacija virov financiranja

Vse bolj pomembna oblika financiranja naložb zlasti v tujini je za Mercator postal dolgoročni poslovni najem trgovskih objektov, ki jih je Mercator najel od obstoječih lastnikov, oziroma jih za Mercator gradijo lokalni nepremičninski partnerji.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v mesecu marcu 2011 zaključila s črpanjem sindiciranega posojila v višini 130 mio EUR, s katerim je prestrukturirala pomemben del kratkoročnih finančnih obveznosti v dolgoročne finančne obveznosti, pri čemer se družba ni dodatno zadolžila. Z izboljšanjem ročnosti strukture finančnih obveznosti je Skupina Mercator pomembno zmanjšala tveganje refinanciranja in s tem povečala stabilnost poslovanja. Sindicirano posojilo je razdeljeno na dve tranši, in sicer tranša A z ročnostjo 3 let in odplačilom glavnice v enkratnem znesku ter na tranšo B z ročnostjo 5 let in polletnim odplačevanjem dela glavnice. Pri sindiciranem posojilu je sodelovalo 7 poslovnih bank s sedežem v Sloveniji.

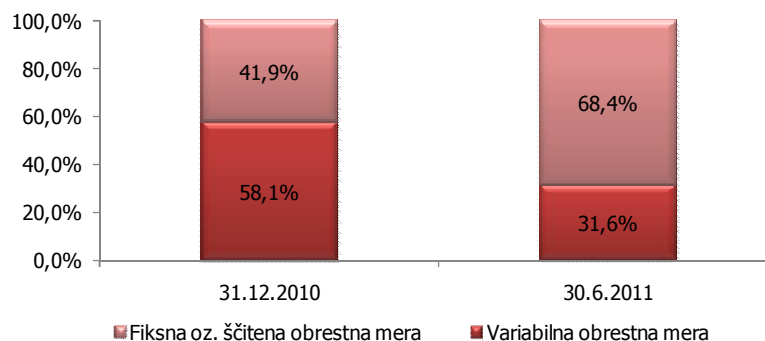
Skupina Mercator je dne 9.3.2011 z Deutsche bank Aktiengesellschaft, kot organizatorjem posla in agentom, podpisala t.i. Schuldschein posojilo v višini 58 mio EUR. Schuldschein posojilo je vrsta dolžniškega instrumenta, ki se že vrsto let uporablja v nemško govorečih državah. V osnovi je to bilateralno posojilo, namenjeno znanemu krogu investitorjev, pri čemer tovrstno posojilo ne kotira na borzah in je sestavljeno po nemškem pravu.

## Razmerje med kratkoročnimi in dolgoročnimi finančnimi obveznostmi

Delež dolgoročnih finančnih obveznosti je na dan 30.6.2011 znašal 65,9 odstotkov. Skupina Mercator je v prvem polletju leta 2011 uspela ohraniti dobro ročnostno strukturo finančnih obveznosti, kar kaže na stabilnost Mercatorjevega poslovanja.

## Razmerje med variabilnimi in fiksnimi oziroma ščitenimi finančnimi obveznostmi

Skupina Mercator je na dan 30.6.2011 dosegla razmerje med variabilnimi in fiksnimi oziroma ščitenimi finančnimi obveznostmi v višini 31,6 % : 68,4 %. V obdobju 1-6 2011 je Mercator za zaščito pred obrestnim tveganjem sklenil pogodbe v višini 150 mio EUR obrestnih zamenjav in 120 mio EUR obrestnih kopic.



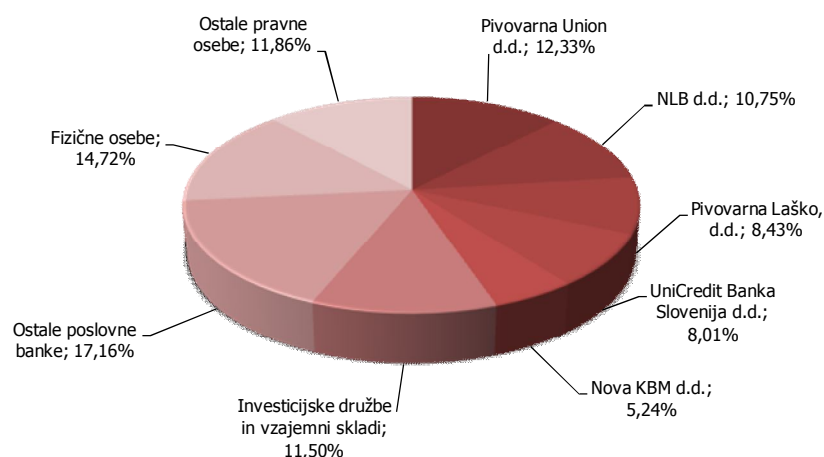
## MERCATORJEVA DELNICA IN ODNOSI Z VLAGATELJI

### Delnica in lastniška struktura

#### Osnovni podatki o delnici družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 30.6.2011:

Oznaka	MELR
Vrsta	Redne delnice
Borzna kotacija	Prva kotacija Ljubljanske borze, d.d.
Vrednost osnovnega kapitala	157.128.514,53 EUR
Število delnic	3.765.361
Število lastnih delnic	42.192
Število delničarjev	15.742

#### Lastniška struktura družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 30.6.2011:



### Največji delničarji

Deset največjih delničarjev družbe je imelo na dan 30.6.2011 v lasti **62,09 %** podjetja.

Največji delničarji	Država	Število delnic	Delež
1 Pivovarna Union, d.d.	Slovenija	464.390	12,33%
2 NLB, d.d.	Slovenija	404.832	10,75%
3 Pivovarna Laško, d.d.	Slovenija	317.498	8,43%
4 UniCredit banka Slovenija, d.d.	Slovenija	301.437	8,01%
5 Nova KBM, d.d.	Slovenija	197.274	5,24%
6 Societe Generale-Splitska banka, d.d.	Hrvaška	183.364	4,87%
7 GB, d.d.	Slovenija	142.920	3,80%
8 Rodić M&B Trgovina, d.o.o.	Srbija	125.902	3,34%
9 Abanka Vipava, d.d.	Slovenija	103.400	2,75%
10 Radenska, d.d.	Slovenija	96.952	2,57%
	<b>Skupaj</b>	<b>2.337.969</b>	<b>62,09%</b>

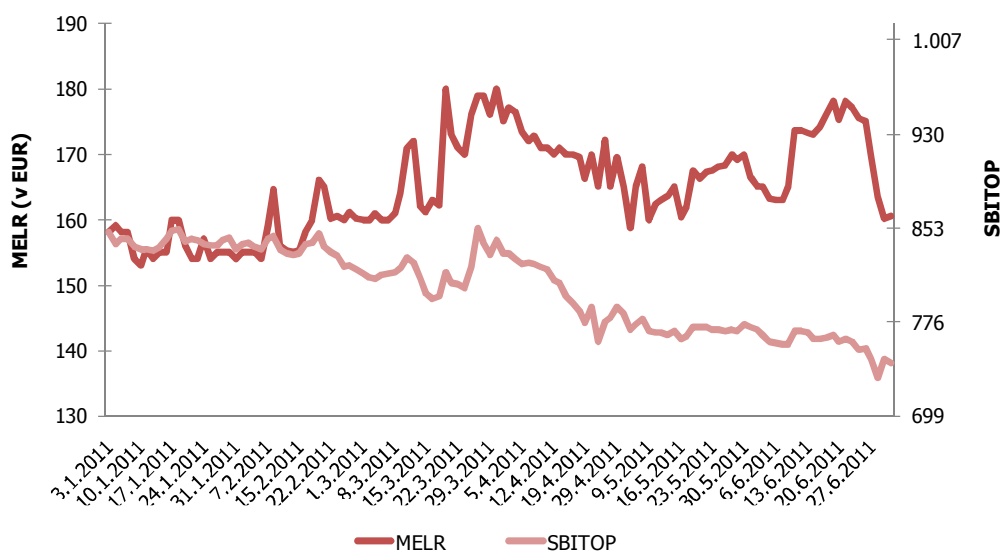
## Tuji delničarji

Na dan 30.6.2011 je delež tujih investorjev v družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., znašal **16,95 odstotka** in se je v primerjavi s koncem leta 2010 zvišal za 1,94 odstotne točke.

## Delnice v lasti članov uprave in nadzornega sveta na dan 30.6.2011

	Ime in priimek	Funkcija	Število delnic	Delež
<b>Uprava</b>				
1	Žiga Debeljak	predsednik uprave	1.100	0,0292%
2	Mateja Jesenek	članica uprave	1.000	0,0266%
3	Melita Kolbezen	članica uprave	0	0,0000%
4	Vera Aljančič Falež	članica uprave	30	0,0008%
5	Peter Zavrl	član uprave	60	0,0016%
6	Stanka Čurović	članica uprave	0	0,0000%
		<b>Skupaj</b>	<b>2.190</b>	<b>0,0582%</b>
<b>Nadzorni svet</b>				
1	Robert Šega	predsednik nadzornega sveta	0	0,0000%
2	Jadranka Dakič	namestnica predsednika nadzornega sveta	0	0,0000%
3	Štefan Vavti	član nadzornega sveta	0	0,0000%
4	Kristjan Verbič	član nadzornega sveta	0	0,0000%
5	Matjaž Kovačič	član nadzornega sveta	0	0,0000%
6	Miro Medvešek	član nadzornega sveta	0	0,0000%
7	Mateja Širec	članica nadzornega sveta	36	0,0010%
8	Jože Cvetek	član nadzornega sveta	2.000	0,0531%
9	Janez Strniša	član nadzornega sveta	0	0,0000%
10	Ivica Župetić	član nadzornega sveta	0	0,0000%
11	Sandi Leban	član nadzornega sveta	0	0,0000%
12	Ivan Valand	član nadzornega sveta	0	0,0000%
		<b>Skupaj</b>	<b>2.036</b>	<b>0,0541%</b>

## Gibanje zaključnega tečaja delnice MELR v obdobju 1-6 2011 v primerjavi z gibanjem indeksa SBITOP



## Najpomembnejši podatki za delničarje

	30.6.2011	31.12.2010	Indeks
Število delnic, vpisanih v sodni register	3.765.361	3.765.361	100,0
Število lastnih delnic	42.192	42.192	100,0
Tržna kapitalizacija (v EUR)	658.938.175	593.797.430	111,0
Tržna cena delnice (v EUR)	175,00	157,70	111,0
Knjigovodska vrednost delnice (v EUR)	219,33	221,76	98,9
Najnižji zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	153,00	131,20	116,6
Najvišji zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	180,00	171,50	105,0
Povprečni zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	161,34	154,14	104,7
Osnovna čista dobičkonosnost navadne delnice (v EUR)*	12,3	9,9	124,3

\*Kazalnik je prilagojen na letno raven.

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

Osnovna čista dobičkonosnost navadne delnice je izračunana kot razmerje med čistim poslovnim izidom družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., ter tehtanim povprečnim številom navadnih delnic v opazovanem obdobju brez lastnih delnic.

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

## Dividendna politika

Na 17. redni skupščini delničarjev dne 22.6.2011 je bil sprejet sklep o izplačilu dividend v bruto vrednosti **8,00 EUR** na navadno delnico.

Nadzorni svet družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., je na svoji redni seji dne 14.12.2010 obravnaval in sprejel Srednjeročni gospodarski načrt Skupine Mercator za obdobje 2011-2015, v katerem so opredeljene tudi načrtovane bruto dividende na delnico v srednjeročnem obdobju.

Izplačana oziroma načrtovana bruto dividenda na delnico:

Leto	2011	Plan 2012	Plan 2013	Plan 2014	Plan 2015
Bruto dividenda na delnico (v EUR)	8,0	8,8	9,2	9,6	10,0

Uprava bo skupaj z nadzornim svetom vsako leto znova preučila primernost višine dividend glede na poslovne in finančne dejavnike, o njihovem izplačilu pa bo odločala skupščina delničarjev.

## Odobreni kapital

Družba Mercator, d.d., ima pod določenimi pogoji do dne 12.7.2012 možnost izdaje odobrenega kapitala, in sicer do 20 odstotkov osnovnega kapitala družbe.

## Lastne delnice

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je imela na dan 30.6.2011 v lasti 42.192 lastnih delnic. Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-6 2011 ni kupovala niti prodajala lastnih delnic.

## Odnosi z vlagatelji

Strategija komuniciranja z delničarji, finančnimi analitiki ter ustanovami, mediji in splošno javnostjo temelji na zagotavljanju transparentnosti poslovanja, ki ga v Mercatorju uresničujemo z rednim in pravočasnim objavljanjem informacij o položaju družbe ter pomembnejših spremembah v poslovanju družbe.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., pod enakimi pogoji obravnava vse delničarje, ki so imetniki delnic istega razreda, tako notranje in zunanje, manjšinske in večje delničarje kot tudi domače in tuje delničarje. Družba spodbuja vse delničarje k aktivnemu in odgovornemu izvrševanju njihovih pravic. Večjo zastopanost malih delničarjev na skupščini družba spodbuja tudi posredno prek pooblaščenec. Družba spodbuja večje delničarje in institucionalne vlagatelje, da javnost seznanijo s svojo naložbeno politiko v družbi, npr. s politiko glasovanja, stopnjo aktivnosti korporacijskega upravljanja in z načinom le-tega, z mehanizmi in pogostnostjo komuniciranja z organi vodenja ali nadzora.

Mercator z rednim obveščanjem o dogajanju v podjetju in o vsem, kar je povezano z njim, utrjuje zaupanje delničarjev. Finančne javnosti obvešča prek spletne strani [www.mercator.si](http://www.mercator.si) ter sistema elektronskega obveščanja Ljubljanske borze, SEOnet, kjer že od leta 2005 zagotavlja sočasno objavo vseh sporočil tudi v angleškem jeziku, vsi izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., ter Skupine Mercator pa so pripravljeni v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja.

Mercator za delničarje organizira tudi redna srečanja na sedežu družbe, novinarske konference ob pomembnejših poslovnih dogodkih in objavah rezultatov poslovanja, srečanja z vlagatelji in analitiki, predstavitvene sestanke ter konference za vlagatelje doma in v tujini.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v obdobju 1-6 2011 izvajala naslednje aktivnosti na področju odnosov z vlagatelji:

- Mercator se je dne 21.4.2011 udeležil Dneva slovenskega kapitalskega trga, ki je namenjen promociji slovenskih podjetij domačim in mednarodnim portfeljskim vlagateljem. V okviru promocije so potekala individualna srečanja podjetij z vlagatelji in finančnimi analitiki. Mercator se je vlagateljem predstavil preko individualnih sestankov, kjer je predstavil poslovanje Skupine Mercator v letu 2010 in srednjeročni gospodarski načrt za obdobje 2011-2015.
- Dne 3.5.2011 se je Mercator udeležili predstavitve podjetij, ki kotirajo na borzah v jugovzhodni Evropi. Dogodek je potekal v Stockholmu na Švedskem v organizaciji Ljubljanske borze, Dunajske borze in investicijske banke Wood in je bil namenjen predstavitvi podjetij investitorjem in borznim analitikom iz skandinavskih držav. Glavna tema je bila pregled poslovanja Skupine Mercator v letu 2010 in srednjeročni gospodarski načrt za obdobje 2011-2015.
- Mercator se je dne 1.6.2011 udeležili webcast predstavitve podjetij. Dogodek je potekal v organizaciji Ljubljanske borze in je namenjen predstavitvi podjetij investitorjem in borznim analitikom.

## UPRAVLJANJE S TVEGANJI

V obdobju 1-6 2011 smo v Skupini Mercator nadaljevali z analiziranjem obstoječih in morebitnih novih tveganj ter izvajali zastavljene ukrepe za njihovo obvladovanje. Veliko pozornosti smo namenili obvladovanju tveganja padca kupne moči zaradi še vedno prisotnega zmanjšane obsega povpraševanja v trgovini na drobno na vseh trgih poslovanja in tveganjem konkurenčnosti ter obvladovanju kreditnega, plačilno-sposobnostnega in valutnega tveganja. Izvajali smo tudi že utečene ukrepe za obvladovanje tveganj delovanja na vseh lokalnih trgih.

### Obvladovanje ključnih tveganj v obdobju 1-6 2011

#### Poslovna tveganja

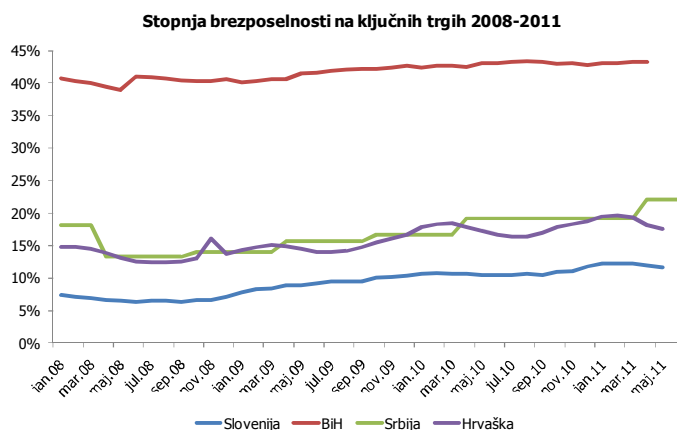
Poslovna tveganja so povezana s samim poslovanjem podjetja in njegovo osnovno dejavnostjo.

Tveganja pri poslovanju trgovskih podjetij se kot posledica gospodarskih razmer povečujejo zaradi sprememb v nakupnem vedenju porabnikov in predvsem zaradi padanja njihove kupne moči. Ključni indikator kupne moči in občutka varnosti potrošnikov je stopnja brezposelnosti, ki na ključnih trgih Mercatorjevega poslovanja v zadnjih mesecih dosega najvišje ravni v zadnjem petletnem obdobju. Poleg tega poslovna tveganja povečujejo nepredvidljive reakcije konkurence, spremembe glede ekonomskih politik, valutna nihanja in sprememba cen borznih surovin.

#### Tveganje padca kupne moči

*Ocena tveganja zmanjšanja kupne moči (obsega trga) zaradi oteženih gospodarskih razmer.*

Brezposelnost, ki je ključen vzvod povečanja tveganja zmanjšanja kupne moči prebivalstva na ključnih trgih Mercatorjevega poslovanja, v zadnjih mesecih dosega najvišje ravni v zadnjem petletnem obdobju. V Sloveniji se je stopnja brezposelnosti pričela zviševati v drugi polovici 2008. Ob zaključku leta 2010 je bilo začetih več insolvenčnih postopkov večjih podjetij, ki so pomembno vplivali na povečevanje stopnje brezposelnosti ob koncu leta 2010 in prvih mesecih leta 2011. Stopnja brezposelnosti se je za tem umirila in ostaja na približno enaki ravni. Za ključne tuje trge Mercatorjevega poslovanja so podatki iz javnih virov veliko manj natančni in ažurni. Ključen vzvod povečanja tveganja zmanjšanja kupne moči je povečanje stopnje brezposelnosti. V Srbiji je po zadnjem merjenju stopnja brezposelnosti precej narasla in dosega najvišjo vrednost (22%) od leta 2008 naprej. Tudi na Hrvaškem je bila brezposelnost v prvi polovici leta 2011 višja kot v enakem obdobju prejšnjega leta in je znašala 19 %. Brezposelnost v Bosni in Hercegovini je bila zelo visoka že pred gospodarsko krizo, potem pa se je še povečala in v povprečju znaša 43 %.



## **Tveganja neoptimalnega trženjskega spleta in vplivov konkurenčnega okolja**

*Ocena tveganja, ki izhaja iz tržnih razmer in pozicije Mercatorja na trgih poslovanja.*

V Skupini Mercator redno spremljamo percepcijo ključnih elementov trženjskega spleta in v prvem polletju 2011 nadaljujemo z izvajanjem že sprejetih ukrepov za znižanje ravni tveganja neoptimalnega trženjskega spleta in vplivov konkurenčnega okolja. V zadnjih letih so se nakupne navade potrošnikov spremenile, zaradi česar smo se odločili v naših trgovinah ponudbo osvežiti na takšen način, da bo še bolj privlačna za naše zveste potrošnike. To bomo storili preko prilagoditve in racionalizacije sortimana, povečanja tržnega deleža lastnih znamk, omogočanja lažjega in hitrejšega nakupovanja z modernizacijo prodajaln in novih promocijskih aktivnosti. V juliju 2011 smo zato aktivirali nov strateški projekt Osvežitev Mercatorjeve ponudbe v Sloveniji, s katerim nameravamo našo ponudbo še bolj prilagoditi potrebam naših potrošnikov.

Skupina Mercator je z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov v obdobju 1-6 2011 investirala skoraj 12 milijonov EUR v nižje maloprodajne cene in tako del svoje marže namenila zmanjševanju negativnih učinkov cenovnih pritiskov dviga strateških surovin na potrošnike. Z nižjimi cenami bomo omogočili izboljšanje cenovne konkurenčnosti in se približali potrošnikom, ki so zmanjšali vrednost nakupov v času krize.

## **Tveganja v procesu nabave**

*Ocena tveganja globalnih vplivov na nabavne procese Mercatorja.*

V prvih šestih mesecih leta 2011 so se dražila zlasti živila, ki so pod vplivom gibanja borze (pšenica, sladkor, itd.) oziroma so cene izdelkov izjemno podvržene gibanju cen energije (nafta). V letu 2011 zato nadaljujemo s preiščeno nabavno politiko, izbiro preverjenih in zanesljivih nabavnih virov ter izbiro različnih dobaviteljev v posamezni blagovni skupini z namenom razpršenosti oziroma obvladovanja tveganja.

## **Finančna tveganja**

Finančna tveganja so tveganja, ki lahko negativno vplivajo na sposobnost ustvarjanja finančnih prihodkov, obvladovanja finančnih odhodkov, ohranjanja vrednosti finančnih sredstev ter obvladovanja finančnih obveznosti.

Obdobje 1-6 2011 so zaznamovale spremembe na svetovnih finančnih trgih. Na eni strani so razvite evropske države nadaljevale z okrevaljem domačih gospodarstev, na drugi strani pa so imele določene države v evrskem območju notranje finančne težave, kar je povzročilo negativna nihanja na mednarodnih finančnih trgih z vidika rasti obrestnih mer in inflacije.

## **Kreditno tveganje veleprodaje**

*Ocena tveganja, da bodo terjatve do poslovnih partnerjev, ki so nastale zaradi odloženega plačila, poplačane delno oziroma ne bodo poplačane.*

V obdobju 1-6 2011 smo še vedno zaznavali slabo plačilno disciplino pri nekaterih veleprodajnih kupcih, zato smo nadaljevali z omejevanjem prodaje na odlog brez prvovrstnih zavarovanj, kar je povzročilo zmanjšanje izpostavljenosti do veleprodajnih in ostalih partnerjev.

## **Kreditno tveganje kartice Mercator Pika**

*Ocena tveganja neplačila obveznosti imetnikov kartice Mercator Pika (možnost, da bodo terjatve, ki so nastale zaradi odloženega plačila, poplačane delno oziroma ne bodo poplačane).*

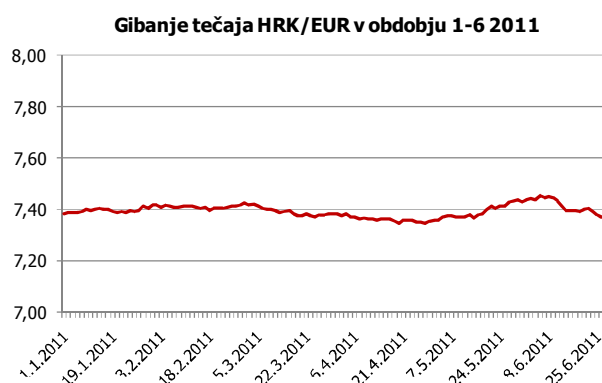
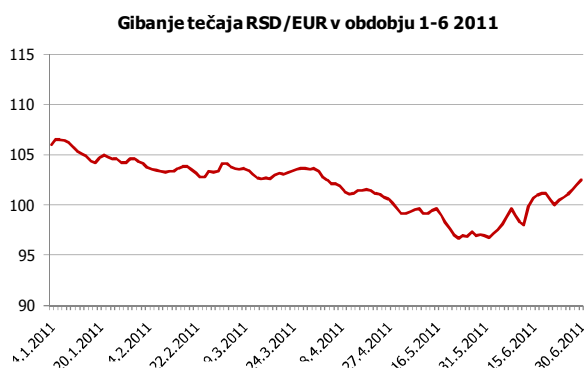
V obdobju 1-6 2011 smo nadaljevali s sprejetimi ukrepi za zmanjševanje kreditnega tveganja kartice Mercator Pika.



## Valutna tveganja

*Ocena izgube gospodarskih koristi zaradi sprememb deviznega tečaja.*

V obdobju 1-6 2011 je v primerjavi z enakim obdobjem prejšnjega leta tečaj hrvaške kune depreciiral. Prav tako je depreciiral povprečni tečaj srbskega dinarja, končni tečaj le-tega pa je bil na dan 30.6.2011 za 5,7 % nižji kot ob začetku leta.

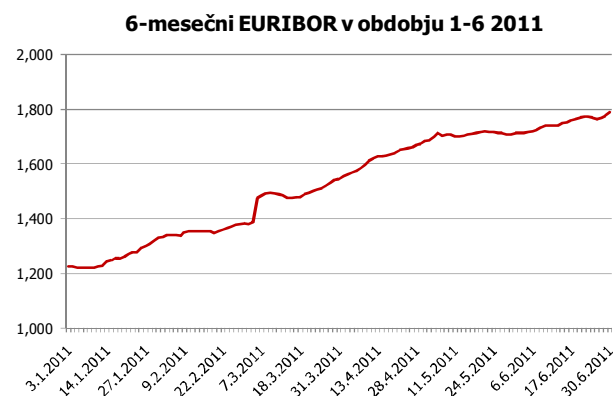


Dodatni ukrepi za zmanjševanje valutnih tveganj, poleg že sprejetih, niso bili potrebni.

## Obrestno tveganje

*Obrestna mera Euribor je podvržena tržnemu nihanju in se dnevno spreminja, kar lahko vodi do povečanih stroškov financiranja.*

V obdobju 1-6 2011 se je variabilna obrestna 6m Euribor povečala iz 1,227 % na 1,788 %. V kolikor bo prišlo do nadaljnjega povišanja variabilnih obrestnih mer, bomo v Mercatorju izvedli dodatne ukrepe za zmanjšanje obrestnega tveganja v skladu s sprejeto finančno politiko.



## Plačilnosposobnostno tveganje

*Ocena tveganja, da podjetje v določenem trenutku ne bo imelo zadosti likvidnih sredstev za poravnavanje svojih tekočih obveznosti.*

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 nadaljevanja s prestrukturiranjem kratkoročnih finančnih obveznosti v dolgoročne. V tem obdobju smo zaključili s črpanjem dolgoročnega sindiciranega posojila v višini 130 mio EUR, podpisali dolgoročno Schuldschein posojilo v višini 58 mio EUR in sklenili nekaj dolgoročnih bilateralnih posojil. Zaradi tega se je razmerje med dolgoročnimi in kratkoročnimi finančnimi obveznostmi povečalo iz 63,0 % : 37,0 % (konec leta 2010) na 65,9 % : 34,1 % (konec prvega polletja leta 2011).

## **Tveganja delovanja**

Tveganja delovanja so povezana z izvajanjem in nadziranjem poslovnih procesov in aktivnosti v Skupini Mercator ter porabo in stroški, ki nastajajo tekom izvajanja poslovnih procesov.

### **Informacijska tveganja delovanja**

*Tveganje nedelovanja centralnih informacijskih sistemov oziroma izpad delovanja le-teh.*

Za zagotavljanje obvladovanja tveganja smo v Sloveniji in Bolgariji v obravnavanem obdobju začeli aktivno vzpostavljati tretji sistemski prostor, v katerem bo oprema, namenjena večji zanesljivosti in razpoložljivosti delovanja ključnih informacijskih sistemov. Za zagotavljanje obvladovanja tveganja se je v Albaniji v obravnavanem obdobju začelo aktivno vzpostavljati varnostno kopiranje ključnih elementov informacijskega sistema.

### **Okoljska tveganja**

*Tveganje neučinkovite rabe električne energije.*

Z namenom učinkovitega spremljanja rabe energije smo izvedli delavnice in uskladili potrebe za modul SAP PM, ki bo zagotovil učinkovito upravljanje tehnologij, ki so glavni porabniki električne energije v internih procesih. Na področju alternativnih virov energije in zniževanja stroškov za energijo smo pripravili končno poročilo o testni postavitvi soproizvodnje v Mercator centru Celje in na osnovi pozitivnih rezultatov sprejeli odločitev glede postavitve soproizvodnje v vseh večjih trgovskih objektih. Izvajajo se postopni prehodi na sisteme ogrevanja na nefosilna goriva. Zamenjali smo obstoječo razsvetljavo v garaži, na zunanem parkirišču in elementih celostne grafične podobe za Mercatorjeve objekte. Pridobljene so ponudbe za nadgradnjo centralnih nadzornih sistemov s sistemom za spremljanje rabe energije.

## **Ocena izpostavljenosti tveganjem Skupine Mercator**

Celovita izpostavljenost Skupine Mercator ključnim poslovnim, finančnim in tveganjem delovanja se na dan 30.6.2011 v primerjavi s koncem leta 2010 ni bistveno spremenila in ostaja na **zmerni** ravni.

# TRAJNOSTNO POROČILO

## MISLIMO RESNO

### V Mercatorju delujemo trajnostno odgovorno, s čimer ustvarjamo zdravo in varno prihodnost za ljudi in okolje.

Temeljno načelo trajnostnega razvoja je, da moramo danes svoje potrebe zadovoljevati tako, da s tem ne ogrožamo prihodnosti naslednjih rodov. Z letom 2011 v Skupini Mercator to načelo postavljamo na prvo mesto. Kot največji trgovec v regiji izražamo odgovornost, potrebo in zavezo, da s svojim obnašanjem in poslovnimi odločitvami uveljavljamo načela trajnostnega razvoja, ki ga razumemo kot uravnoteženje poslovne politike na področjih:

- socialno družbene odgovornosti,
- varovanja okolja in
- ekonomske vzdržnosti.

## MISLIMO NA KUPCE



Skrb za kupca je Mercatorjevo osnovno in temeljno načelo, zato bomo skladno z opredeljeno trženjsko strategijo v Mercatorju, glede na trende in potrebe kupcev, oblikovali in izvajali marketinške aktivnosti. Le-te bodo izkazovale zavzetost Mercatorja k ponudbi, storitvam in dviganju zavedanja k okolju prijaznim aktivnostim. Še naprej bomo posebno pozornost namenili vsem procesom in postopkom zagotavljanja varne hrane na naših policah, hkrati pa kupcem preko inovativnih prijemov približali potrebne informacije o ponudbi.

### Strateški CILJI

Skrb za varno hrano.

Uvedba novih okolju prijaznih formatov, standardov in tehnologij na prodajnem mestu.

Marketinške aktivnosti, vezane na ponudbo okolju prijaznih izdelkov in storitev po ugodnih cenah in informiranje ter ozaveščanje kupcev o okolju prijaznih aktivnosti.

### Izvedene aktivnosti v obdobju 1-6 2011

- V sklopu plana rednih kontrol smo izvedli 114 internih kontrol.
- Izvedli smo kontrolo kakovosti 154 živilskih izdelkov lastne trgovske znamke. V izboru novih izdelkov smo senzorično ocenili več kot 200 izdelkov.
- Stekle so priprave za presojo standarda ISO 22000. Posodobljene so vse HACCP študije in pripadajoči dokumenti.
- V mesecu februarju 2011 smo zaključili proces umeščanja vinotočev v izbrane Mercatorjeve hipermarkete v Sloveniji.
- Zaključili smo test implementacije sistema vlaženja sadja in zelenjave, ki je potrdil zmanjšanje kala.
- Opravili smo ogled primera prve zelene prodajalne, v kateri so uporabljene okolju prijazne rešitve, primerne tudi za Mercatorjevo Eko hišo.

### Slovenija:

- Na dan 30.6.2011 je bilo v sklopu lastnih znamk v Sloveniji že 49 certificiranih eko izdelkov.
- Konec marca 2011 smo pričeli z projektom »Lokalno«, preko katerega želimo potrošnike obveščati o ponudbi lokalno pridelanih izdelkov na naših policah ter poudarjati pomen lokalne pridelave.
- V prvi polovici leta 2011 smo nadaljevali z aktivnostjo »staro za novo«.
- V marcu 2011 smo pričeli z izvajanjem dogodkov na temo »zelenega« ter v centrih pripravili več »Zelenih kotičkov«.
- V letu 2011 smo od Gospodarske zbornice Slovenije prejeli zlata odličja za kakovost za 9 vrst kruha Pekarne Grosuplje.

- V februarju 2011 smo uspešno zaključili projekt zvestobe, v sklopu katerega so naši kupci kupili kar 223 tisoč kosov organskega kopalniškega tekstila.
- V naše letake smo redno vključevali ponudbo izdelkov ekološkega izvora ter ponudbo za zdrav način življenja.

#### Trgi jugovzhodne Evrope:

- V juniju 2011 smo sodelovali v nacionalni kampanji "Očistimo Srbijo".
- V hipermarketih smo podeljevali ekološke platnene vrečke.
- V juniju 2011 smo v Mercator centrih Beograd in Novi Sad uredili mesta za odlaganje rabljenih baterijskih vložkov, ki bodo predani v nadaljnjo obdelavo po ekoloških standardih.
- V Bosni in Hercegovini je v maju potekal projekt "Minuta do dvanaest za našu planetu" v sodelovanju z osnovnimi šolami.

## MISLIMO NA ZAPOSLENE



Kot največji delodajalec v trgovski dejavnosti v regiji smo družbeno odgovornost do zaposlenih izražali na področjih usposabljanja menedžmenta in drugih zaposlenih, notranjega komuniciranja, motiviranja zaposlenih, izboljševanja njihovih delovnih pogojev, notranjega kadrovanja ter skrbi za varnost in zdravje zaposlenih in njihovih družin.

### Pregled števila zaposlenih

	Število zaposlenih na dan 31.12.2010	Število zaposlenih na dan 30.6.2011	Indeks število zaposlenih 30.6.2011/ 31.12.2010	Število zaposlenih iz ur v obdobju 1-6 2011
Poslovni sistem Mercator, d.d.	10.606	10.656	100,5	9.913
Mercator IP, d.o.o.	295	329	111,5	267
<b>Mercator Trgovina Slovenija</b>	<b>10.901</b>	<b>10.985</b>	<b>100,8</b>	<b>10.180</b>
Mercator - S, d.o.o.	3.968	4.043	101,9	3.989
Mercator - H, d.o.o.	3.600	3.678	102,2	3.263
Mercator - BH, d.o.o.	826	875	105,9	845
M - BL, d.o.o.	262	264	100,8	247
Mercator - Mex, d.o.o.	326	-	-	-
Mercator - CG, d.o.o.	1.103	1.539	139,5	1.426
Mercator - B, e.o.o.d.	279	249	89,2	240
Mercator - A, sh.p.k.	121	128	105,8	106
<b>Mercator Trgovina Jugovzhodna Evropa</b>	<b>10.485</b>	<b>10.776</b>	<b>102,8</b>	<b>10.116</b>
Mercator - Optima, d.o.o.	16	15	93,8	14
<b>Mercator Nepremičnine</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>93,8</b>	<b>14</b>
Eta, d.d.	187	0	-	177
Mercator - Emba, d.d.	119	114	95,8	113
Intersport ISI, d.o.o.	324	313	96,6	305
Intersport S-ISI, d.o.o.	114	107	93,9	102
Intersport H, d.o.o.	264	260	98,5	244
Intersport BH, d.o.o.	66	63	95,5	60
Modiana, d.o.o., Slovenija	616	603	97,9	557
Modiana, d.o.o., Srbija	142	133	93,7	123
Modiana, d.o.o., Hrvaška	169	170	100,6	154
Modiana, d.o.o., Bosna in Hercegovina	79	81	102,5	73
<b>Druge poslovne dejavnosti</b>	<b>2.080</b>	<b>1.844</b>	<b>88,7</b>	<b>1.908</b>
<b>SKUPINA MERCATOR</b>	<b>23.482</b>	<b>23.620</b>	<b>100,6</b>	<b>22.219</b>

V prvem polletju leta 2011 želimo izpostaviti množično usposabljanje poslovođij, ki so obiskovali Šolo za poslovođje v Sloveniji za področje Mercator trgovina Slovenija in v Srbiji za področje Mercator trgovina jugovzhodne Evrope. Razvili smo spletno izvedbo izobraževanja za varstvo pri delu in požarno varnost. Zaključili smo z letnimi razgovori z vsemi zaposlenimi v Skupini Mercator. V Sloveniji je bil oblikovan nov Svet delavcev, ki šteje 31 članov. Prenovljeni intranet že pomembno prispeva k izboljšanju notranjega komuniciranja.

### **Strateški CILJI**

Razvoj voditeljstva.  
Izobraževanje zaposlenih.  
Motivacija in nagrajevanje.  
Kadrovanje.  
Zaposlovanje in usposabljanje prodajalcev.

### **Izvedene aktivnosti v obdobju 1-6 2011**

- Organizirali smo Šole za poslovođje v Sloveniji za področje Mercator trgovina Slovenija in v Srbiji za ostale trge.
- Za vodstvo področja Mercator trgovina jugovzhodna Evropa smo organizirali izobraževanje s področja vodenja, komunikacije ter zdravega načina življenja.
- Nadaljevali smo s širjenjem trenerske mreže, ki obsega že 346 trenerjev v Sloveniji ter 228 trenerjev na področju Mercator trgovina jugovzhodna Evropa.
- V Sloveniji smo izvedli 15 IT Friday delavnic.
- Zaključila se je 4. Mednarodna poslovna akademija Mercator.
- V Srbiji smo začeli s Šolo za bodoče vodstvene kadre, ki je bila organizirana z idejo, da perspektivni kadri pridobijo dodatna znanja in veščine za pripravo na prevzem zahtevnih delovnih nalog in pozicij. Izobraževanja se je udeležilo 76 zaposlenih iz operativnih in režijskih služb.
- V Sloveniji smo razvili spletno izvedbo izobraževanja za varstvo pri delu in požarno varnost. Na ta način se je učilo in opravilo preizkus znanja že 664 režijskih delavcev.
- 19 notranjim učiteljem smo na priložnostnem srečanju podelili priznanja za uspešno delo.
- Pričeli smo z izvajanjem teambuildingov na Voglu, ki se jih bo udeležilo približno 400 zaposlenih.

Dialog z zaposlenimi in socialnimi partnerji.  
Zdravje in varnost zaposlenih.

- Organizirali smo 33. Mercatoriado, na kateri je sodelovalo 130 ekip oziroma 810 športnic in športnikov v 8 disciplinah.
- Zaključili smo z letnimi razgovori z vsemi zaposlenimi.
- Sodelovali smo pri organizaciji in izvedbi volitev v Svet delavcev v Sloveniji, ki šteje 31 članov.
- Interni časopis je izhajal v Sloveniji, Srbiji, Bosni in Hercegovini, na Hrvaškem ter v Črni gori, izdali pa smo tudi posebno številko na temo korporacijskih vrednot.
- Sprejeli smo ukrepe za izboljšanje organizacijske klime in zadovoljstva zaposlenih v Sloveniji. Oblikovali smo tudi dveletni načrt dela projekta Promocija zdravja.
- V okviru Humanitarne fundacije Mercator smo razdelili pomoč 63 sodelavcem v znesku 42 tisoč evrov.



Sistemske gradimo odnos do naravnega okolja tako, da izvajamo energetske učinkovite gradnje oziroma prenove prodajal in poslovnih stavb, skrbimo za učinkovito rabo energije ter skrbno ravnamo z odpadki in upoštevamo ostale okoljske vidike. Zagotavljamo vzdržno logistiko ter aktivno dosegamo kupce s pravilno informacijo in okolju prijazno ponudbo.

### Strateški CILJI

### Izvedene aktivnosti v obdobju 1-6 2011

Zmanjšanje porabe električne energije in energentov za ogrevanje z varčevalnimi ukrepi, tekočim vzdrževanjem in investicijami.

- Zamenjali smo razsvetljavo v garažni hiši, na zunanjem parkirišču in celotni grafični podobi Mercatorjevih objektov.
- Podpisana je bila pogodba o sodelovanju na javnem razpisu za sofinanciranje projektov za povečanje učinkovitosti rabe električne energije v gospodarstvu za obdobje 2011-2013.
- Na področju alternativnih virov energije in znižanja stroška energije smo pripravili končno poročilo glede testne postavitve soproizvodnje v Mercator centru Celje in na osnovi pozitivnih rezultatov sprejeli odločitev glede postavitve soproizvodnje v vseh večjih trgovskih objektih.
- Postopno smo prehajali na sisteme ogrevanja na ne-fosilna goriva.

Izvedba projekta "Ekohiša".

- Potrjene so bile projektne naloge, preliminarna ocena investicij in takojšnji začetek del na projektu. V zadnjih mesecih sta se intenzivno pripravljala tloris in tehnologija prodajalne, ki predstavljata osnovo za vse nadaljnje aktivnosti na projektu.

Zmanjšanje rabe naravnih virov in nastajanja odpadnih snovi.

- Pripravili smo koncept ločenega zbiranja odpadkov na različnih maloprodajnih lokacijah.
- Izvajali smo aktivnosti upravljanja z okoljskim tveganjem neučinkovite rabe električne energije.
- Učinkovito smo zmanjšali emisije hrupa.
- Pripravili smo tehnološki postopek ravnanja z odpadnimi baterijami in akumulatorji ter slikovno gradivo, ki uporabnikom omogoča lažje razumevanje problematike.

Večanje uporabe okolju prijaznih tovornih vozil.

- Povečali smo uporabo okolju prijaznih tovornih vozil.

Selitev dejavnosti logistike v energetske učinkovite, okolju in ljudem bolj prijazne objekte, izven urbanih naselij.

- Izvedena je bila zunanja presoja sistema ravnanja z okoljem po standardu ISO 14001, pri kateri ni bilo ugotovljenih neskladnosti.
- Uspešno smo izvajali zaveze Trajnostnega kodeksa trgovcev v okviru pregleda mednarodne organizacije Retailers' Environmental Action Programme.
- Izvajali smo aktivnosti v sklopu projekta Vzpostavitev modula SAP PM, s katerim bomo zagotovili učinkovito upravljanje tehnologij, opreme in objektov, ki so vir vplivov na okolje.



Mercatorjeva vizija trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti nam narekuje konkretne aktivnosti, s katerimi prispevamo k razvoju lokalnega in regionalnega okolja in izboljšujemo kakovost življenja ljudi. Sponzorstva in donacije ter vključevanje v družbeno koristne akcije so pomemben del strategije celovitega družbeno odgovornega delovanja Skupine Mercator. Podpiramo in omogočamo humanitarne, športne, kulturne, znanstvene, izobraževalne in druge projekte.

### Strateški CILJI

Sponzorstva in donacije

### Izvedene aktivnosti v obdobju 1-6 2011

#### Slovenija:

- V okviru osrednje humanitarne akcije Skupaj proti raku smo Onkološkemu inštitutu Ljubljana prispevali za nakup nove ultrazvočne naprave za brahiterapijo raka prostate, podprli dejavnosti Društva onkoloških bolnikov Slovenije in sodelovali pri izvedbi kolesarske dirke Kolo življenja.
- Sponzorirali smo številne kulturne in športne dogodke. Večji med njimi so bili: Kurentovanje na Ptuj, Teden slovenske drame, Istrski karneval, Festival Idrijske čipke, finale svetovnega pokala v smučarskih skokih v Planici, mednarodno alpsko smučarsko tekmovanje, mednarodno odprto prvenstvo Slovenije v namiznem tenisu ter pohod Ob žici. Donirali smo Fundaciji za spodbujanje otrokovega razvoja, humanitarnemu društvu Materina Dušica za hišo otrok, zagotovili celoletno pomoč dvanajstim socialno ogroženim družinam, donirali Zvezi prijateljev mladine Slovenije za projekt Pomežik soncu, skladi Okrešelj za otroke ponesrečenih reševalcev, Pediatrični kliniki športne naprave za rehabilitacijo otrok ter podprli projekt Z glavo na zabavo.

#### Trgi jugovzhodne Evrope:

- V Srbiji smo donirali prebivalcem Kraljeva po potresu, največjemu festivalu za otroke v Srbiji in bili zlati sponzor Olimpijskega komiteja Srbije.
- Na Hrvaškem smo donirali centru za vzgojo in izobraževanje v Zagrebu, pediatrični bolnišnici v Osijeku, podprli dan državnosti in sofinancirali postavitve paviljona za kulturno umetniške dogodke v Zagrebu.
- V Bosni in Hercegovini smo donirali Kliničnemu centru v Banja Luki in sponzorirali drugi mednarodni "Salon okusa" v sodelovanju s slovensko ambasado ter Otroški festival.
- V Črni gori smo bili donator Banki hrane in Zavodu za izobraževanje ter rehabilitacijo otrok in mladine Podgorica.
- V Albaniji smo donirali prehranske izdelke družinam policistov, preminulih na službeni dolžnosti.

Transparentno komuniciranje

- Izvedena je bila peta mednarodna novinarska konferenca Skupine Mercator, kjer je Mercatorjeva uprava predstavila poslovne dosežke v letu 2010 in pomembne projekte za prihodnost. Novinarske konference se je udeležilo skoraj sto novinarjev.



## MISLIMO NA PARTNERSTVO Z DOBAVITELJI



Partnerstvo z dobavitelji je ključen element pri odražanju poslovne trajnostne odgovornosti. Skupaj z dobavitelji gradimo partnerstvo na transparentnem in preglednem poslovanju, hkrati pa si skupaj prizadevamo, da oblikujemo okolju prijazno oskrbno verigo.

### Strateški CILJI

Poslovanje s preverjenimi dobavitelji.

### Izvedene aktivnosti v obdobju 1-6 2011

- Na naših policah imamo 351 izdelkov manjših slovenskih pridelovalcev.
- V Bosni in Hercegovini smo s projektom Naša Bašta (Naš vrt) v sodelovanju z Zadružno zvezo Federacije Bosne in Hercegovine uspešno povezali pridelovalce sadja in zelenjave z Mercatorjem. S tem se udejanja prodaja svežega sadja in zelenjave, ki je pridelano pri številnih pridelovalcih iz celotne države. Cilj projekta je trajnostni gospodarski razvoj s pomočjo konkurenčnih kmetijskih pridelkov in izdelkov domače prehrambene industrije, kot tudi razširjena ekološka pridelava, predelava in prodaja kmetijskih izdelkov višje predelovalne ravni.

## MISLIMO KAKOVOSTNO



Pri zagotavljanju celovite kakovosti so naše aktivnosti usmerjene na implementacijo mednarodnih sistemov vodenja kakovosti, preventivno delovanje interne kontrole, učinkovito obvladovanje dokumentacije, neskladnosti in izvajanje korektivno/preventivnih ukrepov ter spremljanje ključnih kazalcev kakovosti.

### Strateški CILJI

Vzdrževanje, uvajanje in certificiranje mednarodnih sistemov vodenja kakovosti v družbah Skupine Mercator s strani neodvisnih akreditiranih organov.

Obvladovanje dokumentov, zapisov, neskladnosti ter korektivnih in preventivnih ukrepov v Skupini Mercator.

Sistemska spremljanje procesov obvladovanja kakovosti v Skupini Mercator.

Vzpostavitev informacijske podpore za obvladovanje zahtev sistemov vodenja kakovosti v Skupini Mercator.

### Izvedene aktivnosti v obdobju 1-6 2011

- V Skupini Mercator imamo 14 aktivnih certifikatov. Izvajali smo aktivnosti v okviru priprav na zunanje presoje sistemov kakovosti.
- V zbirki Mercator Standardi je trenutno 2.437 veljavnih dokumentov. V tem obdobju je bilo pripravljenih 507 novih dokumentov. Izdelali smo nov proces za elektronsko obvladovanje neskladnosti.
- Izvajali smo aktivnosti, s katerimi bomo poenotili proces spremljanja okoljskih kazalcev za posamezne okoljske vidike v vseh družbah Skupine Mercator. Uvedli smo mesečno spremljanje podatkov o porabi energentov.
- Dopolnili in izboljšali smo aplikacijo Mercator standardi. V teku je izdelava nove aplikacije za obvladovanje neskladnosti.



# RAČUNOVODSKO POROČILO

## RAČUNOVODSKE USMERITVE

Vsi računovodski izkazi Skupine Mercator za obdobje 1-6 2011 so pripravljene v skladu z Mednarodnimi standardi računovodskega poročanja in so nerevidirani.

## 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 1-6 2011 vključujejo družbo Mercator, d.d., in njene odvisne družbe, in sicer:

- **v Sloveniji:** Intersport ISI, d.o.o., Modiana, d.o.o., Eta, d.d., Mercator-Emba, d.d., Mercator-Optima, d.o.o., Mercator IP, d.o.o., M.COM, d.o.o., in M-nepremičnine, d.o.o.;
- **v tujini:** Mercator-H, d.o.o., Hrvaška, Intersport-H, d.o.o., Hrvaška, Modiana, d.o.o., Hrvaška, Mercator-S, d.o.o., Srbija, Intersport S-ISI, d.o.o., Srbija, Modiana, d.o.o., Srbija, Mercator-BH, d.o.o., Bosna in Hercegovina, M-BL, d.o.o., Bosna in Hercegovina, Intersport-BH, d.o.o., Bosna in Hercegovina, Modiana, d.o.o., Bosna in Hercegovina, Mercator-CG, d.o.o., Črna Gora, Mercator-K, l.l.c., Kosovo, Mercator Makedonija, d.o.o.e.l., Makedonija, Investment International, d.o.o., Makedonija, Mercator-B, e.o.o.d., Bolgarija in Mercator-A, sh.p.k., Albanija;

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

## Zgoščen konsolidirani izkaz finančnega položaja

v tisoč EUR

	<b>30.6.2011</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>30.6.2010</b>
<b>SREDSTVA</b>			
<b>Dolgoročna sredstva</b>			
Nepremičnine, naprave in oprema	1.921.368	1.870.428	1.873.157
Naložbene nepremičnine	3.794	3.894	4.033
Neopredmetena sredstva	51.200	52.626	50.818
Odložene terjatve za davek	8.714	8.700	8.313
Dana posojila in depoziti	68.661	77.113	58.404
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	3.843	3.959	4.398
	<b>2.057.580</b>	<b>2.016.720</b>	<b>1.999.123</b>
<b>Kratkoročna sredstva</b>			
Zaloge	314.041	322.081	277.986
Terjatve do kupcev in druge terjatve	264.853	231.871	258.048
Terjatve za odmerjeni davek	8.058	-	5.340
Dana posojila in depoziti	1.351	17.346	14.705
Izpeljani finančni instrumenti	487	70	216
Denar in denarni ustrezniki	15.314	20.766	15.449
	<b>604.104</b>	<b>592.134</b>	<b>571.742</b>
<b>Skupaj sredstva</b>	<b>2.661.684</b>	<b>2.608.854</b>	<b>2.570.866</b>
<b>KAPITAL</b>			
Vpoklicani kapital	157.129	157.129	157.129
Kapitalske rezerve	198.872	198.872	198.872
Lastne delnice	(3.235)	(3.235)	(3.235)
Rezerve iz dobička	270.194	270.194	270.194
Rezerva za pošteno vrednost	197.665	200.187	198.416
Preneseni čisti poslovni izid	8.849	6.671	31.893
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	18.535	30.396	17.663
Prevedbena rezerva	(40.292)	(62.295)	(47.288)
<b>Kapital pripisan lastnikom obvladujočega podjetja</b>	<b>807.717</b>	<b>797.919</b>	<b>823.644</b>
<b>Neobvladujoči delež</b>	<b>236</b>	<b>246</b>	<b>254</b>
<b>Kapital</b>	<b>807.953</b>	<b>798.165</b>	<b>823.898</b>
<b>OBVEZNOSTI</b>			
<b>Dolgoročne obveznosti</b>			
Poslovne in druge obveznosti	2.519	2.447	2.872
Finančne obveznosti	766.470	674.375	625.094
Odložene obveznosti za davek	50.410	51.269	52.340
Rezervacije	35.102	35.709	34.030
	<b>854.501</b>	<b>763.800</b>	<b>714.335</b>
<b>Kratkoročne obveznosti</b>			
Poslovne in druge obveznosti	595.054	642.666	558.634
Obveznosti za odmerjeni davek	5.882	5.892	6.525
Finančne obveznosti	396.790	395.853	462.164
Izpeljani finančni instrumenti	1.504	2.478	5.310
	<b>999.230</b>	<b>1.046.889</b>	<b>1.032.632</b>
<b>Skupaj obveznosti</b>	<b>1.853.731</b>	<b>1.810.689</b>	<b>1.746.967</b>
<b>Skupaj kapital in obveznosti</b>	<b>2.661.684</b>	<b>2.608.854</b>	<b>2.570.866</b>

## Zgoščen konsolidirani izkaz poslovnega izida

v tisoč EUR	1-6 2011	1-6 2010
Prihodki iz prodaje	1.416.386	1.334.836
Stroški prodaje	(1.322.982)	(1.238.189)
<b>Bruto dobiček</b>	<b>93.404</b>	<b>96.647</b>
Stroški splošnih dejavnosti	(53.083)	(52.757)
Drugi poslovni prihodki	7.312	9.222
<b>Poslovni izid iz poslovanja</b>	<b>47.633</b>	<b>53.113</b>
Finančni prihodki	4.653	3.863
Finančni odhodki	(28.086)	(33.185)
<b>Neto finančni odhodki</b>	<b>(23.433)</b>	<b>(29.322)</b>
<b>Poslovni izid pred obdavčitvijo</b>	<b>24.200</b>	<b>23.791</b>
Davek	(5.675)	(6.134)
<b>Poslovni izid obračunskega obdobja</b>	<b>18.525</b>	<b>17.657</b>
Poslovni izid obračunskega obdobja, ki se nanaša na:		
Lastnike obvladujočega podjetja	18.535	17.663
Neobvladujoči delež	(10)	(6)

## Zgoščen konsolidirani izkaz vseobsegajočega donosa

v tisoč EUR	1-6 2011	1-6 2010
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	18.525	17.657
<b>Drugi vseobsegajoči donos</b>		
Tečajne razlike pri prevedbi tujih podjetij	22.003	(13.500)
Sprememba poštene vrednosti za prodajo razpoložljivih finančnih sredstev	-	(1.077)
Sprememba v efektivnem delu dobičkov in izgub iz instrumentov za varovanje pred tveganjem v varovanju denarnih tokov pred tveganjem	708	(887)
Sprememba poštene vrednosti nepremičnin	-	19.872
Odloženi davki	8	(3.557)
<b>Drugi vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	<b>22.719</b>	<b>851</b>
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	<b>41.244</b>	<b>18.508</b>
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja, ki se nanaša na:		
Lastnike obvladujočega podjetja	41.254	(4.056)
Neobvladujoči delež	(10)	(3)

## Zgoščen konsolidirani izkaz sprememb lastniškega kapitala

v tisoč EUR	Vpoklicani kapital	Kapitalske rezerve	Lastne delnice	Rezerve iz dobička	Rezerva za pošteno vrednost	Preneseni čisti poslovni izid	Čisti poslovni izid obrač. obdobja	Prevedbena rezerva	Kapital pripisan lastnikom obvladujočega podjetja	Neobvladujoči delež	Skupaj
<b>Stanje 1. januarja 2010</b>	157.129	198.872	(3.235)	270.194	186.029	8.697	21.232	(33.782)	805.136	254	805.390
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>											
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	17.663	-	17.663	(6)	17.657
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	12.387	1.964	-	(13.506)	845	6	851
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	-	-	-	-	<b>12.387</b>	<b>1.964</b>	<b>17.663</b>	<b>(13.506)</b>	<b>18.508</b>	-	<b>18.508</b>
<b>Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu</b>											
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	21.232	(21.232)	-	-	-	-
<b>Stanje 30. junija 2010</b>	<b>157.129</b>	<b>198.872</b>	<b>(3.235)</b>	<b>270.194</b>	<b>198.416</b>	<b>31.893</b>	<b>17.663</b>	<b>(47.288)</b>	<b>823.644</b>	<b>254</b>	<b>823.898</b>
v tisoč EUR											
<b>Stanje 1. januarja 2011</b>	157.129	198.872	(3.235)	270.194	200.187	6.671	30.396	(62.295)	797.919	246	798.165
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>											
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	18.535	-	18.535	(10)	18.525
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	(851)	1.567	-	22.003	22.719	-	22.719
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	-	-	-	-	<b>(851)</b>	<b>1.567</b>	<b>18.535</b>	<b>22.003</b>	<b>41.254</b>	<b>(10)</b>	<b>41.244</b>
<b>Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu</b>											
<b>Prispevki lastnikov in razdelitve lastnikom</b>											
Izplačilo dividend	-	-	-	-	-	(29.785)	-	-	(29.785)	-	(29.785)
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	30.396	(30.396)	-	-	-	-
<b>Skupaj prispevki lastnikov in razdelitve lastnikom</b>	-	-	-	-	-	<b>611</b>	<b>(30.396)</b>	-	<b>(29.785)</b>	-	<b>(29.785)</b>
<b>Spremembe lastniških deležev v odvisnih družbah, ki ne povzročijo izgube obvladovanja</b>											
Prodaja družbe	-	-	-	-	(1.671)	-	-	-	(1.671)	-	(1.671)
<b>Skupaj transakcije z lastniki</b>	-	-	-	-	<b>(1.671)</b>	<b>611</b>	<b>(30.396)</b>	-	<b>(31.456)</b>	-	<b>(31.456)</b>
<b>Stanje 30. junija 2011</b>	<b>157.129</b>	<b>198.872</b>	<b>(3.235)</b>	<b>270.194</b>	<b>197.665</b>	<b>8.849</b>	<b>18.535</b>	<b>(40.292)</b>	<b>807.717</b>	<b>236</b>	<b>807.953</b>

## Zgoščen konsolidirani izkaz denarnih tokov

v tisoč EUR

	<b>1-6 2011</b>	<b>1-6 2010</b>
<b>Denarni tokovi pri poslovanju</b>		
<b>Kosmati denarni tok iz poslovanja</b>	<b>87.628</b>	<b>84.767</b>
Sprememba zalog	2.851	14.065
Sprememba poslovnih in drugih terjatev	(57.294)	(67.228)
Sprememba poslovnih in drugih obveznosti	(69.569)	38.602
	<b>(36.385)</b>	<b>70.206</b>
Izdatki za obresti	(25.871)	(22.033)
Izdatki za davke	(5.809)	(6.282)
<b>Denar ustvarjen pri poslovanju</b>	<b>(68.065)</b>	<b>41.891</b>
<b>Denarni tokovi pri naložbenju</b>		
Izdatki za nakup nepremičnin, naprav in opreme ter naložbenih nepremičnin	(66.105)	(40.097)
Izdatki za nakup neopredmetenih sredstev	(1.662)	(5.232)
Izdatki za dana posojila in depozite	-	(36.743)
Prejemki pri odtujitvi nepremičnin, naprav in opreme in naložbenih nepremičnin	6.002	3.003
Prejemki od odtujitve odvisnega podjetja	10.000	-
Prejemki iz obresti	2.504	1.611
Prejemki od danih posojil in depozitov	24.447	-
<b>Denar, uporabljen pri naložbenju</b>	<b>(24.813)</b>	<b>(77.458)</b>
<b>Denarni tokovi pri financiranju</b>		
Prejemki (izdatki) pri prejetih posojilih	87.033	34.851
Izdatki za dividende delničarjev	(12)	-
<b>Denar, ustvarjen pri financiranju</b>	<b>87.021</b>	<b>34.851</b>
<b>Neto (zmanjšanje) povečanje denarja in denarnih ustreznikov</b>	<b>(5.858)</b>	<b>(716)</b>
Denar in denarni ustrezniki na začetku leta	20.766	16.844
Učinki sprememb deviznih tečajev na denar in denarne ustreznike	405	(679)
<b>Denar in denarni ustrezniki na koncu leta</b>	<b>15.314</b>	<b>15.449</b>

## **Pojasnila k zgoščenim konsolidiranim medletnim računovodskim izkazom**

### **Pojasnila k zgoščenemu konsolidiranemu izkazu poslovnega izida**

#### **Prihodki iz prodaje**

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 1.416.386 tisoč EUR prihodkov iz prodaje, kar glede na obdobje 1-6 2010 pomeni 6,1-odstotno rast. Pretežni del prihodkov skupina ustvari s prodajo blaga, materiala in proizvodov, ki se v pretežni meri nanaša na prodajo trgovskega blaga na drobno in debelo. Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 realizirala 7,4 % več prihodkov iz prodaje blaga, materiala in proizvodov kot v obdobju 1-6 2010. Prihodki od prodaje blaga, materiala in proizvodov so se v Sloveniji zvišali za 1,1 odstotka, v tujini pa rast znaša 18,3 odstotkov.

#### **Stroški prodaje**

Stroški prodaje Skupine Mercator, ki vključujejo nabavno vrednost prodanega blaga, proizvodjalne stroške, stroške prodajanja in druge poslovne odhodke, so v obdobju 1-6 2011 znašali 1.322.982 tisoč EUR. Strošek amortizacije je v obdobju 1-6 2011 znašal 40.025 tisoč EUR, v enakem obdobju lani pa 38.690 tisoč EUR.

#### **Bruto dobiček**

Bruto dobiček je v obdobju 1-6 2011 realiziran v višini 93.404 tisoč EUR, kar predstavlja 46,3 % letnega plana za leto 2011. Delež bruto dobička v prihodkih znaša 6,6 %. Skupina Mercator je v obravnavanem obdobju z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov investirala 11.717 tisoč EUR v nižje maloprodajne cene. To se je, ob ostalih stroških prodaje, ki so se gibali na približno enaki ravni kot lani, odrazilo v relativnem zmanjšanju bruto dobička v obdobju 1-6 2011 v primerjavi z enakim obdobjem lani.

#### **Stroški splošnih dejavnosti**

Stroški splošnih dejavnosti Skupine Mercator v obdobju 1-6 2011 znašajo 53.083 tisoč EUR in dosegajo 48,8 % letnega plana za leto 2011.

#### **Poslovni izid iz poslovanja**

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 47.633 tisoč EUR dobička iz poslovanja, kar predstavlja 46,2 % letnega plana za leto 2011.

#### **Finančni prihodki in odhodki**

Finančni prihodki znašajo 4.653 tisoč EUR in se v največji meri nanašajo na prihodke od rednih obresti iz financiranja in prihodke od zamudnih obresti.

Finančni odhodki znašajo v opazovanem obdobju 28.086 tisoč EUR in se nanašajo predvsem na odhodke od rednih obresti posojil poslovnih bank, negativne tečajne razlike in popravke terjatev ter predstavljajo 51,8 % letnega plana za leto 2011. Znižanje je predvsem posledica zmanjšanja tečajnih razlik in popravkov terjatev.

#### **Poslovni izid pred obdavčitvijo**

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 24.200 tisoč EUR poslovnega izida pred obdavčitvijo, kar predstavlja 45,2 % letnega plana za leto 2011.

#### **Čisti poslovni izid obračunskega obdobja**

Skupina Mercator je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 18.525 tisoč EUR čistega dobička, kar predstavlja 45,7 % letnega plana za leto 2011.

### **Kosmati denarni tok iz poslovanja**

Kosmati denarni tok iz poslovanja Skupine Mercator v obdobju 1-6 2011 znaša 87.628 tisoč EUR in dosega 48,7 % načrtovanega za celo leto 2011.

### **Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami**

Relevantna mera sposobnosti ustvarjanja denarnih tokov iz poslovanja, ki upošteva tudi širjenje maloprodajne mreže Skupine Mercator s poslovnim najemom, kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami, v obdobju 1-6 2011 znaša 109.036 tisoč EUR in dosega 48,3 % načrtovanega za celo leto 2011.

## **Pojasnila k zgoščenemu konsolidiranemu izkazu finančnega položaja**

### **Sredstva**

Sredstva Skupine Mercator so na dan 30.6.2011 znašala 2.661.684 tisoč EUR in so se glede na konec leta 2010 povečala za 52.830 tisoč EUR.

Vrednost dolgoročnih sredstev Skupine Mercator na dan 30.6.2011 znaša 2.057.580 tisoč EUR, kar je za 40.860 tisoč EUR več kot je znašalo stanje na dan 31.12.2010. Največji delež v dolgoročnih sredstvih predstavljajo nepremičnine, naprave in oprema, in sicer 93,4 % (1.921.368 tisoč EUR), katerih vrednost je za 50.940 tisoč EUR višja od stanja konec leta 2010; sprememba vrednosti se v obdobju 1-6 2011 nanaša na naložbe, amortizacijo in odprodajo poslovno nepotrebnih osnovnih sredstev.

Vrednost kratkoročnih sredstev Skupine Mercator na dan 30.6.2011 znaša 604.104 tisoč EUR, kar je za 11.970 tisoč EUR več kot znaša stanje konec leta 2010. Največji delež predstavljajo zaloge (52,0 %) ter terjatve do kupcev in druge terjatve (43,8 %).

### **Kapital in obveznosti**

Kapital Skupine Mercator na dan 30.6.2011 znaša 807.953 tisoč EUR, kar je za 9.788 tisoč EUR oziroma 1,2 % več kot znaša stanje konec leta 2010; povečanje se nanaša predvsem na realiziran čisti dobiček v obdobju in prevedbeno rezervo.

Na dan 30.6.2011 znašajo celotne finančne obveznosti 1.163.260 tisoč EUR, kar je za 93.032 tisoč EUR več, kot znaša stanje konec leta 2010. V strukturi finančnih obveznosti predstavljajo dolgoročne finančne obveznosti 65,9 %, kratkoročne pa 34,1 % (na dan 31.12.2010 je bilo razmerje med dolgoročnimi in kratkoročnimi finančnimi obveznostmi 63,0 : 37,0). Neto finančni dolg Skupine Mercator, izračunan kot razlika med finančnimi obveznostmi in finančnimi sredstvi Skupine Mercator, na dan 30.6.2011 znaša 1.075.107 tisoč EUR (31.12.2010: 949.081 tisoč EUR). Povečanje finančnih obveznosti je posledica medletne dinamike v trgovski dejavnosti.

Na dan 30.6.2011 znaša stanje rezervacij 35.102 tisoč EUR. Glede na stanje konec leta 2010 so se rezervacije zmanjšale za 607 tisoč EUR.

Poslovne in druge obveznosti na dan 30.6.2011 znašajo 597.573 tisoč EUR in so se glede na stanje konec leta 2010 zmanjšale za 47.540 tisoč EUR. Zmanjšanje poslovnih obveznosti je posledica medletne dinamike v trgovski dejavnosti.

Na dan 30.6.2011 je dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev z dolgoročnimi viri v Skupini Mercator znašala 80,9 %, kar je za 3,4-odstotne točke več, kot konec leta 2010.



## **RAČUNOVODSKO POROČILO DRUŽBE POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D.**

Poslovni sistem Mercator, d.d., (v nadaljevanju 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, Makedoniji, Albaniji, na Kosovu in v Bolgariji.

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.

**Zaradi prenosa dela dejavnosti na družbi Intersport ISI, d.o.o., in Modiana, d.o.o., računovodski izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., med obdobji vsebinsko niso primerljivi.**

## Zgoščen izkaz finančnega položaja

v tisoč EUR

	<b>30.6.2011</b>	<b>31.12.2010</b>	<b>30.6.2010</b>
<b>SREDSTVA</b>			
<b>Dolgoročna sredstva</b>			
Nepremičnine, naprave in oprema	1.004.840	1.014.704	1.025.945
Naložbene nepremičnine	3.794	3.894	4.033
Neopredmetena sredstva	9.173	9.652	9.582
Odložene terjatve za davek	8.317	8.216	8.369
Dana posojila in depoziti	959	286	281
Naložbe v kapital podjetij v skupini	611.770	618.813	598.281
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	3.547	3.547	3.960
	<b>1.642.400</b>	<b>1.659.112</b>	<b>1.650.451</b>
<b>Kratkoročna sredstva</b>			
Zaloge	157.483	153.926	145.932
Terjatve do kupcev in druge terjatve	179.378	158.906	207.802
Terjatve za odmerjeni davek	4.501	5	2.449
Dana posojila in depoziti	49.182	48.849	6.428
Izpeljani finančni inštrumenti	487	70	216
Denar in denarni ustrezniki	2.577	3.829	2.677
	<b>393.608</b>	<b>365.585</b>	<b>365.504</b>
<b>Skupaj sredstva</b>	<b>2.036.008</b>	<b>2.024.697</b>	<b>2.015.955</b>
<b>KAPITAL</b>			
Vpoklicani kapital	157.129	157.129	157.129
Kapitalske rezerve	198.872	198.872	198.872
Lastne delnice	(3.235)	(3.235)	(3.235)
Rezerve iz dobička	238.015	238.015	238.015
Rezerva za pošteno vrednost	190.947	194.435	179.115
Preneseni čisti poslovni izid	12.005	3.612	28.952
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	22.869	36.806	25.113
	<b>816.602</b>	<b>825.634</b>	<b>823.961</b>
<b>OBVEZNOSTI</b>			
<b>Dolgoročne obveznosti</b>			
Poslovne in druge obveznosti	2.447	2.447	2.872
Finančne obveznosti	541.716	456.547	392.458
Odložene obveznosti za davek	40.182	40.814	40.934
Rezervacije	29.404	29.459	28.901
	<b>613.749</b>	<b>529.267</b>	<b>465.165</b>
<b>Kratkoročne obveznosti</b>			
Poslovne in druge obveznosti	339.215	341.239	310.401
Obveznosti za odmerjeni davek	5.555	5.759	6.204
Finančne obveznosti	259.382	320.320	404.914
Izpeljani finančni inštrumenti	1.504	2.478	5.310
	<b>605.656</b>	<b>669.796</b>	<b>726.829</b>
<b>Skupaj obveznosti</b>	<b>1.219.406</b>	<b>1.199.063</b>	<b>1.191.994</b>
<b>Skupaj kapital in obveznosti</b>	<b>2.036.008</b>	<b>2.024.697</b>	<b>2.015.955</b>

## Zgoščen izkaz poslovnega izida

v tisoč EUR	1-6 2011	1-6 2010
Prihodki iz prodaje	795.149	840.257
Stroški prodaje	(725.231)	(758.559)
<b>Bruto dobiček</b>	<b>69.918</b>	<b>81.699</b>
Stroški splošnih dejavnosti	(28.702)	(34.197)
Drugi poslovni prihodki	3.889	7.570
<b>Poslovni izid iz poslovanja</b>	<b>45.105</b>	<b>55.071</b>
Finančni prihodki	7.535	1.711
Finančni odhodki	(24.406)	(25.489)
<b>Neto finančni odhodki</b>	<b>(16.871)</b>	<b>(23.778)</b>
<b>Poslovni izid pred obdavčitvijo</b>	<b>28.234</b>	<b>31.294</b>
Davek	(5.365)	(6.181)
<b>Poslovni izid obračunskega obdobja</b>	<b>22.869</b>	<b>25.113</b>

## Zgoščen izkaz vseobsegajočega donosa

v tisoč EUR	1-6 2011	1-6 2010
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	22.869	25.113
<b>Drugi vseobsegajoči donos</b>		
Sprememba poštene vrednosti za prodajo razpoložljivih finančnih sredstev	-	(1.012)
Sprememba v efektivnem delu dobičkov in izgub iz instrumentov za varovanje pred tveganjem v varovanju denarnih tokov pred tveganjem	708	(887)
Sprememba poštene vrednosti nepremičnin	-	17.850
Odloženi davki	156	(3.190)
Druge spremembe	(2.642)	-
<b>Drugi vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	<b>(1.778)</b>	<b>12.760</b>
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	<b>21.091</b>	<b>37.873</b>

## Zgoščen izkaz sprememb lastniškega kapitala

v tisoč EUR	Vpoklicani kapital	Kapitalske rezerve	Lastne delnice	Rezerve iz dobička	Rezerva za pošteno vrednost	Preneseni čisti poslovni izid	Čisti poslovni izid obrač. obdobja	Skupaj
<b>Stanje 1. januarja 2010</b>	157.129	198.872	(3.235)	238.015	168.154	7.872	19.281	786.088
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>								
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	25.113	25.113
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	10.961	1.799	-	12.760
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	-	-	-	-	<b>10.961</b>	<b>1.799</b>	<b>25.113</b>	<b>37.873</b>
<b>Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu</b>								
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	19.281	(19.281)	-
<b>Stanje 30. junija 2010</b>	<b>157.129</b>	<b>198.872</b>	<b>(3.235)</b>	<b>238.015</b>	<b>179.115</b>	<b>28.952</b>	<b>25.113</b>	<b>823.961</b>

v tisoč EUR

<b>Stanje 1. januarja 2011</b>	157.129	198.872	(3.235)	238.015	194.435	3.612	36.806	825.634
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>								
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	22.869	22.869
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	(3.488)	1.710	-	(1.778)
<b>Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja</b>	-	-	-	-	<b>(3.488)</b>	<b>1.710</b>	-	<b>1.778</b>
<b>Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu</b>								
Izplačilo dividend	-	-	-	-	-	(30.123)	-	(30.123)
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	36.806	(36.806)	-
<b>Stanje 30. junija 2011</b>	<b>157.129</b>	<b>198.872</b>	<b>(3.235)</b>	<b>238.015</b>	<b>190.947</b>	<b>12.005</b>	<b>22.869</b>	<b>816.602</b>

## Zgoščen izkaz denarnih tokov

v tisoč EUR

	<b>1-6 2011</b>	<b>1-6 2010</b>
<b>Denarni tokovi pri poslovanju</b>		
<b>Kosmati denarni tok iz poslovanja</b>	<b>65.269</b>	<b>69.105</b>
Sprememba zalog	(3.557)	32.158
Sprememba poslovnih in drugih terjatev	(32.504)	(72.759)
Sprememba poslovnih in drugih obveznosti	(24.657)	(40.552)
Izdatki za obresti	(24.298)	(23.229)
Izdatki za davke	(5.555)	(6.204)
<b>Denar ustvarjen pri poslovanju</b>	<b>(25.302)</b>	<b>(41.481)</b>
<b>Denarni tokovi pri naložbenju</b>		
Izdatki za prevzem odvisnih družb	(2.000)	(11.103)
Izdatki za nakup nepremičnin, naprav in opreme ter naložbenih nepremičnin	(12.863)	(16.793)
Izdatki za nakup neopredmetenih sredstev	(1.335)	(416)
Izdatki za dana posojila in depozite	(1.006)	(5.451)
Prejemki pri odtujitvi odvisnega podjetja	10.000	-
Prejemki pri odtujitvi nepremičnin, naprav in opreme in naložbenih nepremičnin	3.845	4.025
Prejemki pri odtujitvi neopredmetenih sredstev	35	19
Prejemki iz obresti	3.155	1.421
<b>Denar, uporabljen pri naložbenju</b>	<b>(169)</b>	<b>(28.298)</b>
<b>Denarni tokovi pri financiranju</b>		
Prejemki (izdatki) pri prejetih posojilih	24.231	69.999
Izdatki za dividende delničarjev	(12)	-
<b>Denar, ustvarjen pri financiranju</b>	<b>24.219</b>	<b>69.999</b>
<b>Neto (zmanjšanje) povečanje denarja in denarnih ustreznikov</b>	<b>(1.252)</b>	<b>220</b>
Denar in denarni ustrezniki na začetku leta	3.829	2.457
<b>Denar in denarni ustrezniki na koncu leta</b>	<b>2.577</b>	<b>2.677</b>

## Pojasnila k zgoščenim medletnim računovodskim izkazom

### Pojasnila k zgoščenemu izkazu poslovnega izida

#### Prihodki iz prodaje

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 795.149 tisoč EUR prihodkov iz prodaje. 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 prodaje

Stroški prodaje družbe, ki vključujejo nabavno vrednost prodanega blaga, proizvodne stroške, stroške prodajanja in druge poslovne odhodke, so v obdobju 1-6 2011 znašali 725.231 tisoč EUR.

#### Bruto dobiček

Bruto dobiček je v obdobju 1-6 2011 realiziran v višini 69.918 tisoč EUR. Delež bruto dobička v prihodkih znaša 8,8 %. Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v obravnavanem obdobju z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov investirala 8.829 tisoč EUR v nižje maloprodajne cene. To se je, ob ostalih stroških prodaje, ki so se gibali na približno enaki ravni kot lani, odrazilo v relativnem zmanjšanju bruto dobička v obdobju 1-6 2011 v primerjavi z enakim obdobjem lani.

#### Stroški splošnih dejavnosti

Stroški splošnih dejavnosti družbe v obdobju 1-6 2011 znašajo 28.702 tisoč EUR.

#### Poslovni izid iz poslovanja

Družba je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 45.105 tisoč EUR dobička iz poslovanja.

#### Finančni prihodki in odhodki

Finančni prihodki znašajo 7.535 tisoč EUR. Prihodki se v največji meri nanašajo na prihodke od rednih obresti iz financiranja in prihodke od zamudnih obresti.

Finančni odhodki znašajo v opazovanem obdobju 24.406 tisoč EUR in se nanašajo predvsem na odhodke od rednih obresti posojil poslovnih bank.

#### Poslovni izid pred obdavčitvijo in čisti poslovni izid

Družba je v obdobju 1-6 2011 ustvarila 28.234 tisoč EUR poslovnega izida pred obdavčitvijo, čisti dobiček pa je znašal 22.869 tisoč EUR.

### Pojasnila k zgoščenemu izkazu finančnega položaja

#### Sredstva

Sredstva družbe so na dan 30.6.2011 znašala 2.036.008 tisoč EUR in so se glede na konec leta 2010 povečala za 11.311 tisoč EUR.

Vrednost dolgoročnih sredstev družbe na dan 30.6.2011 znaša 1.642.400 tisoč EUR, kar je za 16.712 tisoč EUR manj kot je znašalo stanje na dan 31.12.2010. Največji delež v dolgoročnih sredstvih predstavljajo nepremičnine, naprave in oprema, in sicer 61,2 % (1.004.840 tisoč EUR), katerih vrednost je za 9.864 tisoč EUR nižja od stanja konec leta 2010; sprememba vrednosti se v obdobju 1-6 2011 nanaša na naložbe, amortizacijo in odprodajo poslovno nepotrebni osnovnih sredstev.

Vrednost kratkoročnih sredstev družbe na dan 30.6.2011 znaša 393.608 tisoč EUR, kar je za 28.023 tisoč EUR več kot znaša stanje konec leta 2010. Največji delež predstavljajo zaloge (40,0 %) ter terjatve do kupcev in druge terjatve (45,6 %).

### **Kapital in obveznosti**

Kapital družbe na dan 30.6.2011 znaša 816.602 tisoč EUR, kar je za 9.032 tisoč EUR oziroma 1,1 % manj kot znaša stanje konec leta 2010.

Na dan 30.6.2011 znašajo celotne finančne obveznosti 801.098 tisoč EUR, kar je za 24.231 tisoč EUR več, kot znaša stanje konec leta 2010. V strukturi finančnih obveznosti predstavljajo dolgoročne finančne obveznosti 67,6 %, kratkoročne pa 32,4 % (na dan 31.12.2010 je bilo razmerje med dolgoročnimi in kratkoročnimi finančnimi obveznostmi 58,8 : 41,2).

Na dan 30.6.2011 znaša stanje rezervacij 29.404 tisoč EUR. Glede na stanje konec leta 2010 so se rezervacije zmanjšale za 55 tisoč EUR.

Poslovne in druge obveznosti na dan 30.6.2011 znašajo 341.662 tisoč EUR in so se glede na stanje konec leta 2010 zmanjšale za 2.024 tisoč EUR. Zmanjšanje poslovnih obveznosti je posledica medletne dinamike v trgovski dejavnosti.

Na dan 30.6.2011 je dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev z dolgoročnimi viri v družbi znašala 87,1 %, kar je za 5,4-odstotne točke več, kot konec leta 2010.

### **Posli s povezanimi osebami**

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., ima dve skupini povezanih oseb: vodstveno osebje in odvisne družbe. V vodstveno osebje spadajo člani uprav, nadzornih svetov in zaposleni po individualnih pogodbah v družbah Skupine Mercator.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., sodeluje z odvisnimi družbami Skupine Mercator na različnih poslovnih in finančnih področjih pod tržnimi pogoji. Vodstveno osebje prejema prejemke iz zaposlitve v skladu s sklenjenimi pogodbami o zaposlitvi oziroma v skladu s skupščinskimi sklepi (člani nadzornega sveta).



## **IZJAVA POSLOVODSTVA PO 113. ČLENU ZTFI**

Uprava potrjuje, da je povzetek računovodskega poročila družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., in Skupine Mercator po njenem najboljšem mnenju sestavljen v skladu z ustreznim okvirom 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. V poslovno poročilo je vključen pošten prikaz informacij o pomembnih poslih s povezanimi osebami in je sestavljen v skladu z ustreznimi računovodskimi standardi.

Poslovni sistem Mercator, d.d.  
Uprava

Ljubljana, 16. avgust 2011