



Mercator

**Poročilo o poslovanju
Skupine Mercator in
družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.,
v obdobju 1-9 2011**



Poslovni sistem Mercator, d.d.
Uprava

November 2011

Kazalo

POVZETEK.....	2
UVOD	4
PREDSTAVITEV SKUPINE MERCATOR	4
STRATEGIJA POSLOVANJA SKUPINE MERCATOR	6
KLJUČNI PODATKI O POSLOVANJU SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-9 2011	7
PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV V OBDOBJU 1-9 2011	7
PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV PO ZAKLJUČKU OBDOBJA.....	9
POSLOVNO POROČILO.....	10
VPLIV GOSPODARSKIH IN KONKURENČNIH RAZMER NA POSLOVANJE SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-9 2011	10
RAZVOJ IN NEPREMIČNINSKA DEJAVNOST	11
PRODAJA IN TRŽENJE	14
FINANČNO UPRAVLJANJE.....	23
MERCATORJEVA DELNICA IN ODNOSI Z VLAGATELJI.....	24
UPRAVLJANJE S TVEGANJI	27
TRAJNOSTNO POROČILO.....	32
MISLIMO RESNO.....	32
MISLIMO NA KUPCE	32
MISLIMO NA ZAPOSLENE	33
MISLIMO NA NARAVNO OKOLJE.....	36
MISLIMO NA DRUŽBENO OKOLJE.....	37
MISLIMO NA PARTNERSTVO Z DOBAVITELJI.....	38
MISLIMO KAKOVOSTNO	38
RAČUNOVODSKO POROČILO	40
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

Tretje četrletje zaznamovala skoraj 8-odstotna rast prihodkov iz prodaje ob nadaljevanju obsežnih vlaganj v ugodnejše cene za potrošnike in dodatni zaostritvi gospodarskih okoliščin

Gospodarske okoliščine v tretjem četrletju postale še zahtevnejše

Na vseh trgih Mercatorjevega delovanja tudi v tretjem četrletju beležimo poslabševanje gospodarskih razmer v primerjavi s pričakovanji za leto 2011. Zaupanje potrošnikov, ki je pomemben znanilec sprememb ekonomskih razmer v panogi trgovine na drobno, se še dodatno poslabšuje. Kljub dokaj optimističnim pričakovanjem in napovedim gospodarskega okrevanja v začetku leta 2011 se je žal izkazalo, da krč gospodarske krize še zdaleč ni popustil. Vodilni indeksi, ki so indikatorji sprememb v gospodarskem okolju, so se v Evropi v tretjem kvartalu spet pričeli zniževati, kar bi lahko napovedovalo novo recesijo, poleg tega pa so se spet močno zaostriale tudi razmere na globalnih finančnih trgih. Gospodarske okoliščine so se na vseh trgih našega poslovanja v tretjem četrletju še dodatno zaostriale, kar je imelo negativne posledice tudi na ekonomiko poslovanja Skupine Mercator.

Obsežna vlaganja v cene so prispevala k rasti prihodkov skupine

Zaradi zaostrenih gospodarskih razmer je Skupina Mercator z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov tudi v tretjem četrletju obsežno investirala v ugodnejše cene za potrošnike, ob tem pa del svoje marže namenila tudi zmanjševanju negativnih učinkov cenovnih pritiskov dviga strateških surovin na potrošnike.

Skupina Mercator je tako v obdobju 1-9 2011 beležila 2.175.723 tisoč EUR prihodkov iz prodaje, kar je 6,7 % več kot enako obdobje preteklega leta, pri čemer je rast prihodkov iz prodaje v tretjem četrletju glede na tretje četrletje leta 2010 dosegla kar 7,9 %. Prihodki iz prodaje so se v Sloveniji zvišali za 0,8 odstotka, v tujini pa rast znaša 16,2 odstotka.

Razvojne aktivnosti

V razvoj maloprodajne mreže je Skupina Mercator v obdobju 1-9 2011 investirala 85.464 tisoč EUR. V tem obdobju je bilo pridobljenih več kot 70 tisoč m² novih bruto površin.

Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 nadaljevala z uresničevanjem začrtane strategije rasti s prevzemom trgovske dejavnosti v družbi Familija Marketi, d.o.o., na srbskem trgu, s čimer bo okrepila položaj drugega največjega trgovca na srbskem trgu.

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je dne 9.8.2011 postala lastnik 100-odstotnega poslovnega deleža družbe En Plus, d.o.o., s čimer namerava v okviru strateških usmeritev razvoja dopolnilnih trgovskih storitev postavljati samopostrežne bencinske servise na parkiriščih svojih večjih trgovskih centrov.

Stabilno generiranje denarnih tokov in stabilno finančno poslovanje

Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami, ki ga je s svojim poslovanjem ustvarila Skupina Mercator, je znašal 162.928 tisoč EUR in predstavlja 4,7-odstotno rast glede na enako obdobje lani. Stabilno ustvarjanje denarnih tokov iz poslovanja kljub zaostrovanju gospodarskih razmer kaže na visoko finančno moč, konkurenčnost in poslovno učinkovitost skupine.

Glede na negotove razmere na finančnih trgih smo uspeli diverzificirati vire financiranja in močno izboljšati ročnostno strukturo finančnih obveznosti. Rast Euribor-ja je vplivala na povečanje stroškov financiranja, devizni tečaji na trgih Mercatorjevega poslovanja pa so bili v obdobju 1-9 2011 relativno stabilni.

Na poslovni izid negativno vplivale obsežne investicije v cene, kljub omejevanju stroškov splošnih dejavnosti

Čisti dobiček Skupine Mercator za obdobje 1-9 2011 znaša 27.049 tisoč EUR, kar je 3,2 % manj kot enako obdobje lani. Na doseženi čisti dobiček Skupine Mercator so pomembno vplivale obsežne investicije v cene kot odziv Mercatorja na poslabševanje gospodarskih razmer in s tem kupne moči potrošnikov. Ob več kot 6 % rasti prihodkov iz prodaje so stroški splošnih dejavnosti zrasli le za približno 3 %, kar je posledica nadaljevanja stroškovne racionalizacije zaradi zahtevnih gospodarskih razmer.

Zaposleni

Na dan 30.9.2011 je bilo v Skupini Mercator zaposlenih 23.480 sodelavcev, kar Mercator uvršča med največje zaposlovalce v celotni regiji jugovzhodne Evrope, v Sloveniji pa je Mercator s skoraj 12 tisoč zaposlenimi največji zaposlovalec.

Zadnje četrletje v trgovski dejavnosti pomembno za letošnje ekonomiko poslovanja, še posebej ob dodatno zaostrenih gospodarskih okoliščinah

Gospodarske razmere in njihovi vplivi na obseg in strukturo potrošnje ter druge poslovne vidike so se v tretjem četrletju leta 2011 še dodatno zaostri, namesto pričakovanega izboljšanja razmer v drugi polovici leta. Pričakovati je, da se razmere ne bodo izboljšale niti v zadnjem četrletju leta 2011, kar pomeni, da bo Skupina Mercator v celotni drugi polovici leta izpostavljena težjim zunanjim pogojem poslovanja, kot je bilo pričakovano z gospodarskim načrtom. Ker je glede na navedeno, negotovost v zvezi s pogoji poslovanja in njihovimi nadaljnjimi vplivi na ekonomiko poslovanja v zadnjem četrletju zelo visoka in ker ekonomika poslovanja v zadnjem četrletju v trgovski dejavnosti pomembno vpliva na letošnje ekonomiko poslovanja, Uprava družbe po treh četrletjih ne more zanesljivo oceniti, kakšen bo vpliv navedenih odstopanj od pričakovanih gospodarskih razmer na načrtovane letošnje elemente ekonomike Skupine Mercator. Uprava bo tudi v zadnjem četrletju prilagajala poslovanje Skupine Mercator gospodarskim okoliščinam, s ciljem uresničevanja začrtanih poslovnih ciljev v čim večji meri.

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	Poslovni sistem Mercator, d.d.
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. september 2011	157.128.514,53 EUR
Število izdanih in vplačanih delnic na dan 30. september 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 30.9.2011 sestavljale naslednje družbe:

SKUPINA MERCATOR	
MERCATOR TRGOVINA SLOVENIJA	
Poslovni sistem Mercator, d.d., Slovenija	
Mercator IP, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	M.COM, d.o.o., Slovenija (100,0 %)*
MERCATOR TRGOVINA JUGOVZHODNA EVROPA	
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 %)	
MERCATOR NEPREMIČNINE	
M - nepremičnine, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	Investment Internacional, d.o.o.e.l., Makedonija (100,0 %)**
Mercator - Optima, d.o.o., Slovenija (100,0 %)	
DRUGE POSLOVNE DEJAVNOSTI	
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 %)	M - Energija, d.o.o., 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 1-9 2011 sestel trikrat. 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 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. Potrdil je Poročilo o poslovanju Skupine Mercator in družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-3 2011 in Poročilo o poslovanju Skupine Mercator in družbe Mercator, d.d., v obdobju 1-6 2011. Na 13. seji se je nadzorni svet seznanil tudi s projektom Oblikovanje tehnične verige in s projektom Osvežitev maloprodaje market programa v Sloveniji.

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 1-9 2011

	Skupina Mercator		Indeks 1-9 2011/ 1-9 2010
	1-9 2011	1-9 2010	
Prihodki iz prodaje (v 000 EUR)	2.175.723	2.038.796	106,7
Poslovni izid iz poslovanja (v 000 EUR)	72.142	78.077	92,4
Poslovni izid pred obdavčitvijo (v 000 EUR)	36.185	36.582	98,9
Poslovni izid obračunskega obdobja (v 000 EUR)	27.049	27.945	96,8
Kosmati denarni tok iz poslovanja (v 000 EUR)	130.602	129.886	100,6
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami (v 000 EUR)	162.928	155.549	104,7
Naložbe v osnovna sredstva (v 000 EUR)	85.464	64.807	131,9
Čista dobičkonosnost kapitala*	4,6%	4,7%	97,2
Čista dobičkonosnost prihodkov iz prodaje	1,2%	1,4%	90,7
Kosmati denarni tok iz poslovanja / prihodki iz prodaje	6,0%	6,4%	94,2
Kosmati denarni tok iz poslovanja pred najemninami / prihodki iz prodaje	7,5%	7,6%	98,2
Število zaposlenih iz ur	22.354	21.053	106,2
Število zaposlenih po stanju	23.480	23.256	101,0

* Kazalnik je prilagojen na letno raven.

PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV V OBDOBJU 1-9 2011

RAZVOJ MALOPRODAJNE MREŽE

V obdobju 1-9 2011 smo:

- investirali 85.464 tisoč EUR,
- dezinvestirali 6.773 tisoč EUR,
- na vseh trgih delovanja pridobili 31 novih enot oziroma 70.315 m² 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., 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.

Pogodba o strateški povezavi, ki je bila sklenjena dne 24.6.2011, in na podlagi katere naj bi družba Poslovni sistem Mercator, d.d., postala lastnik 100-odstotnega poslovnega deleža družbe En Plus, d.o.o., je dne 9.8.2011 stopila v veljavo, ker so bili zanjo izpolnjeni ključni pogoji. Dne 28.9.2011 je bila družba preimenovana v M - Energija, d.o.o.

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.

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.

FINANČNO UPRAVLJANJE

V obdobju 1-9 2011 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., zaključila s črpanjem naslednjih večjih posojil:

- V mesecu marcu 2011 je družba zaključila črpanje sindiciranega posojila v višini 130 mio EUR.
- Dne 9.3.2011 je družba sklenila dolgoročno »Schuldschein« posojilo v višini 58 mio EUR.
- V mesecu septembru 2011 je družba zaključila črpanje sindiciranega posojila v višini 137,6 mio EUR. Sindicirano posojilo je razdeljeno na dve tranši, in sicer tranša A z ročnostjo 4 let in odplačilom glavnice v enkratnem znesku ter na tranšo B z ročnostjo 4 let in polletnim odplačevanjem dela glavnice. Pri sindiciranem posojilu je sodelovalo 10 poslovnih bank, domačih in tujih.

Pridobljena nova dolgoročna finančna sredstva so namenjena izboljšanju ročnostne strukture virov financiranja.

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 je bilo izvedeno 11. Srečanje finančnih partnerjev Skupine Mercator, katerega se je udeležilo okoli 70 predstavnikov poslovnih bank, liziških hiš in drugih finančnih institucij.

Dne 6.4.2011 je bil že dvanajsto leto zapored izveden 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.



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.

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.



PREGLED POMEMBNEJŠIH DOGODKOV PO ZAKLJUČKU OBDOBJA

RAZVOJ MALOPRODAJNE MREŽE

Dne 5.10.2011 je bila odprta prenovljena blagovnica Maxi. Prenova je potekala v skladu z novo postavljenim trgovskim in trženjskim konceptom, po katerem Maxi predstavlja kulturno mesto kvalitetnih nakupov. Preurejeni Maxi bo postal vodilno mesto za nakup izdelkov višje in visoke mode, mesto za izražanje življenjskega sloga posameznika, mesto navdiha, zabave, nakupovanja, kakovosti in storitev, nudi pa bo tudi možnost druženja.

STRATEŠKO POVEZOVANJE

Družba Drvopromet, d.o.o., Sarajevo, in družba Mercator - BH, d.o.o., Sarajevo, sta dne 20.10.2011 podpisali pogodbe o strateški povezavi, s katerimi bo Mercator - BH, d.o.o., po izpolnitvi v pogodbah določenih pogojev, prevzel trgovsko dejavnost družbe Drvopromet, d.o.o. Družba Mercator - BH, d.o.o., bo s podpisom pogodb v dolgoročni poslovni najem pridobila 63 trgovskih objektov »DP Marketi« družbe Drvopromet, d.o.o., na območju Sarajeva ter v drugih mestih Bosne in Hercegovine, v skupni prodajni površini več kot 24 tisoč kvadratnih metrov.

KORPORATIVNE DEJAVNOSTI

Dne 4.10.2011 so v Cankarjevem domu v Ljubljani potekali že tradicionalni 5. kadrovske dnevi Mercatorja, ki so z naslovno temo »Talenti so v vseh generacijah« pritegnili okoli 100 udeležencev, predstavnikov stroke, države, socialnih partnerjev, zaposlitvenih, izobraževalnih in zdravstvenih ustanov ter drugih podjetij.

Osrednja pozornost 13. Mercatorjevih trženjskih dni je bila namenjena seznanitvi Mercatorjevih dobaviteljev z aktivnostmi v sklopu projekta osvežitve market programa na slovenskem trgu, ki jih Mercator izvaja za nenehno prilagajanje ponudbe potrebam kupcev. Dogodka, ki se je odvijal dne 5.10.2011 v Smeltovi dvorani, se je udeležilo več kot 300 slovenskih dobaviteljev.

POSLOVNO POROČILO

VPLIV GOSPODARSKIH IN KONKURENČNIH RAZMER NA POSLOVANJE SKUPINE MERCATOR V OBDOBJU 1-9 2011

Gospodarske razmere na trgih poslovanja v obdobju 1-9 2011

Na vseh trgih Mercatorjevega delovanja beležimo poslabševanje gospodarskih razmer v primerjavi z napovedmi za leto 2011. Indeks zaupanja potrošnikov, ki je prvi znanilec sprememb ekonomskih razmer v panogi trgovine na drobno, se je v Sloveniji dodatno znižal, podobna gibanja zaznavamo tudi na drugih trgih našega delovanja. Kljub dokaj optimističnim pričakovanjem in napovedim gospodarskega okrevanja v začetku leta 2011 se je žal izkazalo, da krč gospodarske krize še zdaleč ni popustil. Vodilni indeksi, ki so indikatorji sprememb v gospodarskem okolju, še preden se te dejansko dogodijo, so se v Evropi v tretjem kvartalu pričeli zniževati, kar bi lahko napovedovalo novo recesijo. Na vseh trgih Mercatorjevega poslovanja je bila še vedno zabeležena razmeroma visoka stopnja brezposelnosti, ki se bo zaradi številnih insolventnih postopkov do konca leta 2011 predvidoma še povečala. Drastični varčevalni ukrepi, ki so jih zaradi velikih finančnih težav morale sprejeti evropske države, so negativno vplivali na gospodarsko dinamiko celotnega evrskega območja. Vrtoglavo zadolževanje in rast proračunskega primanjkljaja Grčije in Portugalske ter vedno bolj tudi Italije in Španije negativno vplivajo na gospodarstva ostalih evropskih držav. Velika zadolženost držav lahko pripelje do dodatnega likvidnostnega krča, ki bi zaustavil denarne tokove tudi v drugih sedaj še razmeroma zdravih državah. Bankrot večjih držav bi bil povod za nov cikel finančne krize, ki bi bil lahko še hujši od prvega in bi prinesel posledice, ki bi jih potrošniki še bolj občutili. Dolžniška kriza, ki v zadnjih mesecih otežuje dostop do financiranja, torej predstavlja glavno tveganje za nadaljnje okrevanje evropskega gospodarstva. Evropska centralna banka (ECB) je v mesecu juliju že drugič letos z namenom ohranjanja cenovne stabilnosti dvignila obrestno mero za 0,25 odstotne točke na 1,50 %. Na dan 30.9.2011 je 6-mesečni Euribor dosegel vrednost v višini 1,753 % in se je v primerjavi z začetkom leta povišal za 42,9 %. Rast Euribor-ja je negativno vplivala na povečanje stroškov financiranja, devizni tečajji pa so bili v opazovanem obdobju razmeroma stabilni.

Spremenjeno obnašanje potrošnikov in vpliv tržne situacije na potrošnje

Trge Mercatorjevega delovanja je v zadnjih letih zaznamovala gospodarska kriza, ki se nadaljuje tudi v letu 2011. Kriza je povzročila povečanje brezposelnosti, ki na ključnih Mercatorjevih trgih dosega rekordne višine. Večja nagnjenost k varčevanju ter stagnacija kupne moči gospodinjstev se odražajo v zmanjšanju količine nakupov ter vrednosti nakupne košarice. Negotovost potrošnikov in celoten splet vplivov iz okolja bosta trajno vplivala na spremenjene nakupne navade v smeri bolj preudarne potrošnje.

V Sloveniji zaupanje potrošnikov v obdobju 1-9 2011 ostaja na zelo nizki ravni. Potrošniki recesijo namreč občutijo najmočneje do sedaj¹. Da si lahko privoščijo manj, je navedlo 25 odstotkov vprašanih oziroma tretjina več, kot pri prejšnjem merjenju. Vseh anketirancev, ki posledice recesije občutijo v vsakdanjem življenju, je kar 72 odstotkov, poleg tega je občutno več potrošnikov, ki pričakujejo, da se bo njihov finančni položaj še poslabšal¹. Potrošniki nov

¹ Vir: Trženjski monitor DMS, Valicon, jesen 2011.

val krize pričakujejo, a v nasprotju z letom 2009 so tokrat s svojim nakupnim vedenjem nanj pripravljeni. Nizko zaupanje, občutenje padca kupne moči in pesimistična pričakovanja vodijo k bolj premišljeni potrošnji in k večji cenovni občutljivosti, kar ustvarja idealne pogoje za razvoj in hitro rast diskontnih trgovcev. Slovenija je po oceni Planet Retaila že na šestem mestu v svetovnem merilu glede na tržni delež, ki ga na trgu dosegajo diskontne prodajalne. Na obstoječih tujih trgih (Hrvaška, Srbija, Bosna in Hercegovina ter Črna gora) je bil odziv potrošnikov na gospodarsko krizo 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. Tečaj srbskega dinarja in inflacija sta se v prvem polletju leta 2011 stabilizirala, trgovina na drobno pa je pričela padati. Na Hrvaškem so se potrošniki na rast cen najprej odzvali z zmanjšanjem števila nakupov. V letu 2010 je prišlo do količinskega zmanjšanja potrošnje ter nižje 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 znamk trgovcev. V Bosni in Hercegovini so se potrošniki odzvali precej kasneje, in sicer z zmanjšanjem pogostosti nakupovanja. Redkejša opraviljanje 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. Trgovina na drobno je v Bosni in Hercegovini pričela vrednostno padati šele v letu 2011.

Novi tuji trgi (Bolgarija in Albanija) so manj razviti, prisotna je predvsem tradicionalna trgovina. Veliko je lokalnih trgovcev, predvsem v Bolgariji pa se v zadnjem času povečuje tudi število tujih trgovcev.

V marcu leta 2011 je belgijski trgovec Delhaize prevzel Skupino Delta Maxi, s čimer je vstopil na trge Srbije, Bosne in Hercegovine, Črne gore, Bolgarije in Albanije. Pričakujemo, da se bo konkurenca v regiji z vstopom Delhaiza še povečala.

RAZVOJ IN NEPREMIČNINSKA DEJAVNOST

V obdobju 1-9 2011 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., na področju razvoja in nepremičninske dejavnosti nadaljevala z izpolnjevanjem ciljev iz sprejete strategije razvoja. Ključna naloga je pridobivanje novih prodajnih in logističnih površin, pri čemer je v skladu s srednjeročnim naložbenim načrtom družba dala prednost najemanju trgovskih površin oziroma se v precejšnji meri odmaknila od načela pretežno lastne izgradnje. Aktivno so se razvijali odnosi z lokalnimi in mednarodnimi investitorji ter iskale priložnosti v njihovih projektih.

Prav tako so bile izvedene različne razvojne aktivnosti na področju optimizacije upravljanja Mercatorjevih nepremičnin ter analizirane možnosti za posodobitev koncepta Mercatorjevih nakupovalnih središč, izboljšanje ponudbenega spleta v njih ter vzpostavitev strateških partnerstev s priznanimi mednarodnimi najemniki.

Ključni cilji Mercatorja na nepremičninskem področju so:



Pregled investicij in dezinvesticij

V obdobju 1-9 2011 je Skupina Mercator realizirala za 85.464 tisoč EUR naložb v osnovna sredstva. V Sloveniji je porabila 26,5 odstotkov celotnih sredstev za investicije, na obstoječih tujih trgih (Srbija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina ter Črna gora) 71,2 odstotkov, na novih tujih trgih (Albanija, Bolgarija in Makedonija) pa 2,3 odstotkov.

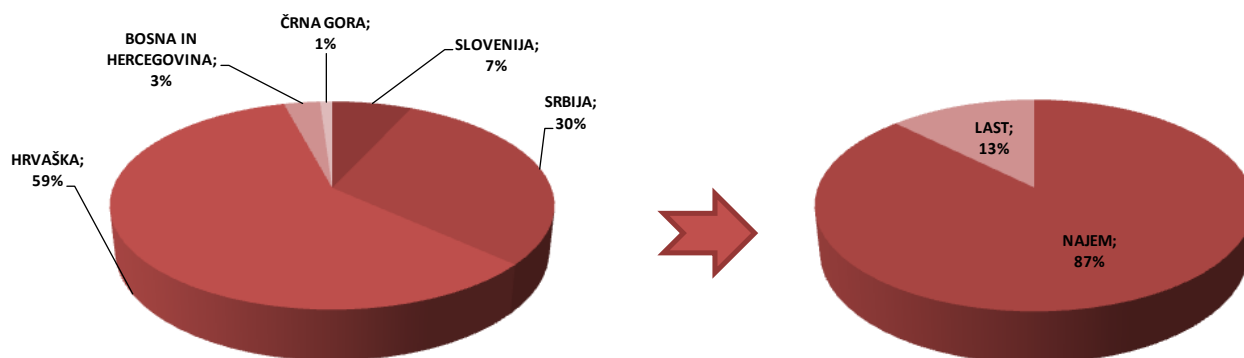
Naložbe v osnovna sredstva v obdobju 1-9 2011 (v 000 EUR)		
		Struktura (%)
Slovenija	22.605	26,5%
Srbija	43.514	50,9%
Hrvaška	11.412	13,4%
Bosna in Hercegovina	1.198	1,4%
Črna gora	4.728	5,5%
Bolgarija	540	0,6%
Albanija	144	0,2%
Makedonija	1.323	1,5%
SKUPAJ	85.464	100,0%

Vlaganja v razvoj maloprodajnih zmogljivosti (Mercator centre, trgovske centre, Roda centre, samostojne prodajalne ter prodajalne znotraj drugih nakupovalnih centrov) predstavljajo 69 % celotnih investicij, prenove obstoječih prodajnih enot 16 %, preostalih 15 % pa smo investirali v logistiko, informatiko in netrgovsko dejavnost.

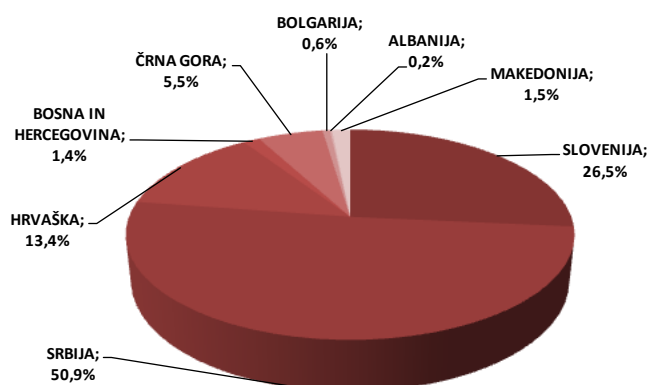
V obdobju 1-9 2011 je družba pridobila 70.315 m² novih bruto površin, in sicer 87 % vseh novih površin je bilo pridobljenih s poslovnim najemom, 13 % pa z nakupi oziroma lastno izgradnjo.

Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 odtujila za 6.773 tisoč EUR osnovnih sredstev.

Delež novih odprtih uporabnih površin po trgih



Delež vlaganj po trgih



Pregled otvoritev maloprodajnih enot po trgih

Slovenija

- Nove površine: 4.823 m²
- Število novih prodajnih enot: 3
- Otvoritve: obrat Kranjski kolaček v Naklem in Mercator center tehnika in gradnja v Murski Soboti; zeliščna lekarna v blagovnici Maxi v Ljubljani



Srbija

- Nove površine: 21.024 m²
- Število novih prodajnih enot: 17
- 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; Roda center v Jagodini, supermarket v Loznici, supermarket v Zaječarju in Center tehnike v Zaječaju



Hrvaška

- Nove površine: 41.557 m²
- Število novih prodajnih enot: 7
- Otvoritve: supermarket v Zagrebu; Intersport v Imotskem; trgovski center v Rovinju; hipermarket v Osijeku; supermarket in Intersport v Biogradu; logistično-distribucijski center Sveta Nedelja pri Zagrebu



Bosna in Hercegovina

- Nove površine: 2.182 m²
- Število novih prodajnih enot: 2
- Otvoritve: supermarket z lokali dopolnilne ponudbe v Cazinu in supereta v Fojnici



Črna Gora

- Nove površine: 728 m²
- Število novih prodajnih enot: 3
- Otvoritve: supereta v Beranah in Pljevljah ter manjši diskont v Zeleniku



Pregled celotnih bruto uporabnih površin na dan 30.9.2011

Bruto uporabna površina v m ²	Uporabljene za lastno dejavnost	Oddane v najem	Skupaj dne 30.9.2011
Trgovske površine v lasti	841.758	176.890	1.018.647
Trgovske površine v najemu	340.023	14.402	354.425
Skupaj trgovske površine	1.181.780	191.292	1.373.073
Skladiščne površine v lasti	141.875	0	141.875
Skladiščne površine v najemu	54.288	0	54.288
Skupaj skladiščne površine	196.163	0	196.163
Poslovne površine v lasti	25.597	2.177	27.774
Poslovne površine v najemu	4.840	71	4.911
Skupaj poslovne površine	30.437	2.248	32.685
UPORABNE POVRŠINE V UPRAVLJANJU	1.408.381	193.540	1.601.921
- od tega v lasti	1.009.230	179.067	1.188.297
- od tega v najemu	399.151	14.473	413.624

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 primerjalno večji delež nepremičnin, ki bi jih v primeru monetizacije lahko namenil za zmanjšanje zadolženosti.

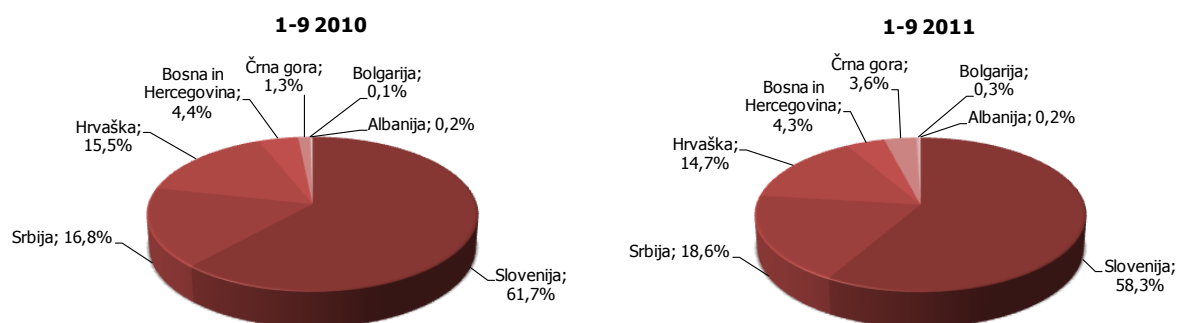
V prvi polovici letošnjega leta je Mercator v skladu z srednjeročnimi načrti nadaljeval aktivnosti na projektu monetizacije Mercatorjevih nepremičnin. Družba je na podlagi mednarodnega razpisa izbrala mednarodno priznanega svetovalca za projekt monetizacije, nepremičninsko svetovalno družbo Cushman & Wakefield iz Velike Britanije, in začela z aktivnostmi za njegovo izvedbo. Skupaj z izbranim svetovalcem bo strukturirala ustrezen nepremičninski portfelj in ga ponudila mednarodnim investitorjem. V skladu z načrtanimi cilji v srednjeročnem gospodarskem načrtu Skupine Mercator bo izbor investitorjev in prodaja ter ponovni najem nepremičnin v Sloveniji in na Hrvaškem izveden v letih 2012 in 2013, in sicer v predvideni vrednosti 250 mio EUR vsako leto.

PRODAJA IN TRŽENJE

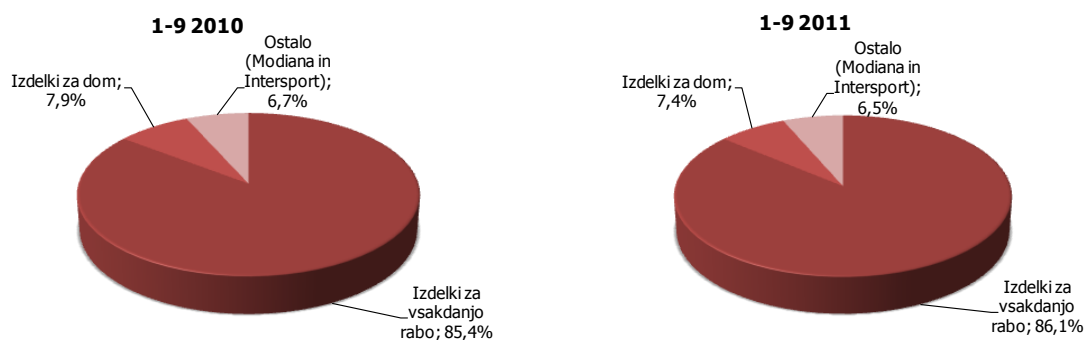
Prodaja

Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 ustvarila 2.175.723 tisoč EUR prihodkov iz prodaje, kar glede na obdobje 1-9 2010 pomeni 6,7-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 iz prodaje so se v Sloveniji zvišali za 0,8 odstotka, v tujini pa rast znaša 16,2 odstotka. Prihodki iz prodaje so bili v tretjem četrtletju leta 2011 za 7,9 odstotkov višji kot v tretjem četrtletju leta 2010.

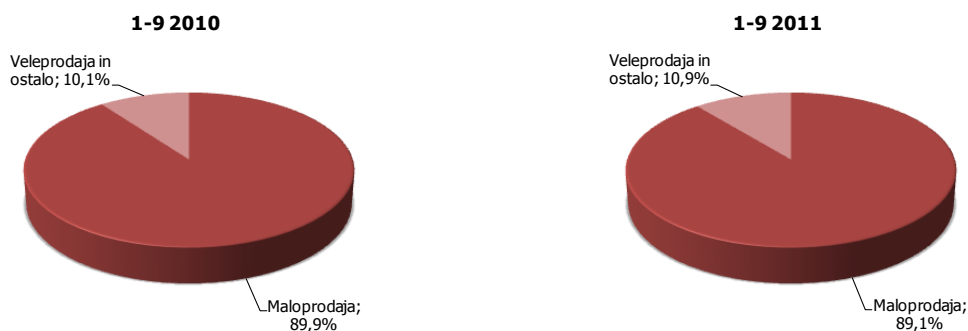
Prihodki iz prodaje Skupine Mercator po geografskih odsekih:



Prihodki iz prodaje v trgovski dejavnosti Skupine Mercator po programih:



Prihodki iz prodaje Skupine Mercator po tipu prodaje:



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

Trženje

Z mislijo na potrošnika smo v Skupini Mercator aktivnosti v prvih devetih mesecih letošnjega leta prilagajali predvsem trajno spremenjenim nakupnim navadam. Vse bolj preudarni potrošniki so namreč na vseh trgih Mercatorjevega delovanja še intenzivneje iskali kar najboljšo vrednost za svoj denar, povečala se je pripravljenost za nakup izdelkov trgovske znamke. Posebno pozornost smo tako namenili širitvi ponudbe lastnih blagovnih znamk, saj našim kupcem ponuja kakovost po ugodni ceni, hkrati pa z mnogimi kratkoročnimi prodajno pospeševalnimi aktivnostmi kupcem v oteženih gospodarskih razmerah omogočili ugodnejši nakup vsakodnevnih življenjskih potrebščin in s tem pripomogli k manjši finančni obremenjenosti gospodinjstev.

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

Z namenom biti prva izbira potrošnikov pri nakupu izdelkov vsakdanje rabe ter s tem vodilna in največja trgovska veriga z izdelki za dnevno rabo v gospodinjstvu, smo v Sloveniji zasnovali tržno-komunikacijsko aktivnost »Mislimo resno«. V sklopu aktivnosti smo znižali cene več kot 2.000 izdelkom različnih blagovnih znamk. Znamka Mercator je bila v mesecu marcu 2011 izpostavljena z aktivnostjo »Kupiš 4 plačaš 3«, v katero je bilo vključenih več kot 1.100 izdelkov, medtem ko so člani kluba Lumpi lahko po ugodnejših cenah kupovali izdelke Lumpi, člani kluba Uživajmo zdravo pa izdelke znamke Zdravo življenje.

V obdobju 1-9 2011 smo tako z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov investirali znatna sredstva v nižje maloprodajne cene in tako del svoje marže namenili zmanjševanju negativnih učinkov cenovnih pritiskov dviga strateških surovin na potrošnike.

Z željo omogočiti našim kupcem nakup ekoloških izdelkov po dostopnih cenah, pa smo v mesecu septembru slovenskim potrošnikom predstavili novo znamko Mercator Bio, samostojno linijo 23-ih ekoloških izdelkov, ki so pridelani ali predelani pod strogimi ekološkimi standardi.



V septembru 2011 smo ob 60 letnici delovanja Pekarne Grosuplje organizirali Dan odprtih vrat v pekarni s promocijo in animacijo za otroke. Za izdelke Pekarne Grosuplje brez dodanih aditivov nam je Gospodarska zbornica Slovenije podelila 9 zlatih odličij za odlično delo in razvoj v pravo smer. V sklopu pospeševalno prodajnih aktivnosti od februarja 2011 organiziramo tudi dvodnevni dogodek Praznik kruha, ki vključuje 10-odstotni popust na vse izdelke Pekarne Grosuplje, degustacije izdelkov, razstavo, ter animacijo s Pekom Matevžem.



V avgustu smo pričeli z izvajanjem prvega programa zvestobe za otroke, »Smrkci«, kjer je vsak nakup nad 10 EUR nagrajen s kartico za zbiranje in polnjenje albuma, hkrati pa kartice omogočajo tudi igranje družabne igre.



V oteženih gospodarskih razmerah so potrošniki manj naklonjeni nakupu trajnih dobrin, zaradi česar smo v želji spodbujanja nakupov v maloprodajnih formatih M Tehnika, M Pohištvo in M Gradnja pripravljali redne mesečne pospeševalno prodajne aktivnosti. V obdobju 1-9 2011 **smo tako kar 18-krat izvedli aktivnost 10-odstotnega popusta na vse izdelke**. 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.

Potrošnikom v naših prodajalnah nudimo izdelke 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.

Število izdelkov linij Mercatorjevih blagovnih znamk:

Država	Št. znamk	Št. izdelkov
Slovenija	13	2.874
Srbija	9	819
Hrvaška	8	1.990
Bosna in Hercegovina	9	982
Črna gora	6	1.545
Bolgarija	4	265
Albanija	7	382

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

V želji, da bi kupcem zagotovili pestro in cenovno ugodno ponudbo izdelkov ter s ciljem izboljšanja podobe cenovno ugodnega trgovca, ves čas pripravljamo atraktivne pospeševalno-prodajne aktivnosti na vseh trgih delovanja.

Država	Ključne aktivnosti, izvedene v obdobju 1-9 2011
Slovenija	<ul style="list-style-type: none"> • Redne tedenske akcijske ponudbe, vikend ponudbe in popusti na blagovne skupine • Torkovi popusti TO! in četrtkovi popusti za upokoјence • Program zvestobe Zberi in izberi, program zvestobe M holidays • Akcija »Žejni? Osvežite se!« • Kupon za 20 % popust na izbran izdelek v tedenskem letaku Razvade in izbranih tiskanih medijih • Otroški program zvestobe »Smrkci«
Srbija	<ul style="list-style-type: none"> • Redna mesečna akcija Mercator in Roda • Torkovi popusti TO! • Program zvestobe Zberi in izberi, program zvestobe Dormeo • 10 % vikend popust v megamarketih Roda • Letak s popusti na trgovsko znamko • Popusti na blagovne skupine ter sredini popusti za upokoјence • Vikend akcija »Shopping avantura« z 10 % popustom
Hrvaška	<ul style="list-style-type: none"> • Redna akcijska ponudba • Torkovi popusti TO! in četrtkovi popusti za upokoјence • Aktivnost Super cena za posamezne izdelke • Program zvestobe Zberi in izberi, program zvestobe Dormeo
Bosna in Hercegovina	<ul style="list-style-type: none"> • Redna mesečna akcija, vikend akcije ter posebne tematske akcije • Torkovi popusti TO! in četrtkovi popusti za upokoјence • Program zvestobe Zberi in izberi, program zvestobe Dormeo • Mercatorjeva zvezda meseca z mesečno najugodnejšo ponudbo izbranih izdelkov • Ponedeljkova Cena dneva – akcijska ponudba dveh izdelkov široke potrošnje • Brezplačni izdelek iz linije trgovske znamke pri nakupu nad 50 KM (vsako sredo) • Srečni ponedeljek - 10 % popust na tekstil • Dnevi blagovnih znamk • Akcija »Žejni? Osvežite se!«
Črna gora	<ul style="list-style-type: none"> • Dvotedenske in mesečne ponudbe akcijskih izdelkov • Torkovi popusti TO! • Program zvestobe Zberi in izberi, program zvestobe Dormeo • Vikend akcije v prodajalnah Rode in Mercatorja • Aktivnost odloženega plačila na 4 obroke za upokoјence
Bolgarija	<ul style="list-style-type: none"> • Redna dvotedenska akcija • Program zvestobe Zberi in izberi, program zvestobe Dormeo • Dvotedenska ponudba najugodnejših izdelkov »TOP 10«

- 10 % vikend popust ob nakupu nad določeno vrednostjo
- 20 % popust na posameznih kategorijah izdelkov od ponedeljka do srede
- Projekt »Vhodnih cen« - asortiman vhodnih izdelkov po nizkih cenah, posebno označevanje in pospeševanje prodaje v trgovinah

Albanija	<ul style="list-style-type: none"> • Redni dvotedenski akcijski letaki • Torkovi popusti TO! • Program zvestobe Zberi in izberi, program zvestobe Dormeo • Letak vikend akcija
----------	--

Vrednost za potrošnike ustvarjamo tudi s kartico zvestobe Mercator Pika, saj redno izvajamo aktivnosti nagrajevanja zvestih kupcev preko podeljevanja dvojnih in trojnih pik, Posebnih Pikinih popustov ter ugodnosti za člane klubov.

V Sloveniji smo v obdobju 1-9 2011 izvedli **9 korporativnih akcij dvojne pike v živilskih prodajalnah** in **10 korporativnih akcij trojne pike v prodajalnah M Tehnika, M Gradnja in M Pohištvo**.

Tudi na ostalih trgih izvajamo redne aktivnosti z ugodnostmi za imetnike kartice. Na Hrvaškem ter v Bosni in Hercegovini je bila izvedena aktivnost za spodbujanje neaktivnih imetnikov kartice s povabilom k sobotnemu nakupu z 10-odstotnim Pikinim kuponom. Prav tako so bile v Banja Luki izvedene aktivnosti direktnega marketinga. Tako aktivnim kot neaktivnim imetnikom kartice Mercator Pika je bila poslana osebna pošta, kateri je bil priložen kupon z 10-odstotnim popustom na vikend nakup. V mesecu juniju pa smo sistem zvestobe Mercator Pika vzpostavili tudi v Črni gori.

Število imetnikov kartice Mercator Pika:

Imetniki kartice Mercator Pika	Slovenija	Srbija	Hrvaška	Bosna in Hercegovina	Črna Gora*	Skupaj
Na dan 31.12.2010	1.006.051	185.175	272.024	143.814	/	1.607.064
Na dan 30.9.2011	1.069.149	206.698	305.982	175.487	22.003	1.779.319
Novo izdane kartice 1-9 2011	63.098	21.523	33.958	31.673	22.003	172.255

* Kartica Mercator Pika je bila v Črni Gori uvedena junija 2011.

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

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 vedno iščemo nove tehnologije in storitve, ki bi našim kupcem v prodajalnah olajšale in popestrile nakupovanje.

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

V mesecu avgustu 2011 je Mercator s strateško povezavo s podjetjem En Plus, d.o.o., prevzel verigo 18 avtomatskih samopostrežnih bencinskih servisov. Družbo smo preimenovali v M - Energija, d.o.o. Strateška povezava pomeni nadaljnji razvoj dopolnilnih dejavnosti za potrošnike, saj bomo ponudbi goriva postopno lahko dodali tudi druge sorodne storitve, kot so plin za gospodinjstva in elektrika. V prihodnosti je predvidena tudi širitev poslovne mreže bencinskih servisov na obstoječe lokacije večjih Mercatorjevih trgovskih centrov.

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

Mercator kot najboljši sosed vpetost v lokalno okolje dokazuje preko pobud za lokalno proizvodnjo, skrb za zdravje ljudi in brezskrben razvoj otrok, humanitarno dejavnostjo in sonaravnim razvojem.

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. Preko izvajanja načel trajnostnega razvoja tako na primer zmanjšujemo porabo električne energije, s čimer poleg manjšega vpliva na okolje še izboljšujemo učinkovitost Mercatorjevega poslovanja, ki bo v prihodnosti sicer vedno bolj obremenjeno z naraščajočimi stroški energentov. Preko uspešnega poslovanja pa omogočamo dolgoročno stabilnost kot največji delodajalec v trgovski dejavnosti v regiji.

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 ter vseslovensko lokalno ponudbo. Pomemben cilj projekta je skrajšanje transportnih poti, saj želimo na ta način vplivati na zmanjšanje emisij.

Konec meseca junija 2011 pa smo skupaj s časnikom Finance pričeli z natečajem »Idejne rešitve za embalaže, narejene iz okolju prijaznih surovin za pakiranje ekoloških in drugih izdelkov slovenskega porekla«. Namen natečaja je iskanje in zagotavljanje rešitev, da izdelki kmetov in manjših pridelovalcev pridejo na prodajne police in tako do končnih potrošnikov. Mercator bo s tem projektom zagotovil ugodno nabavno ceno tipske embalaže za pakiranje izdelkov slovenskega porekla, ki bo skladna s sodobnimi smernicami in narejena iz okolju prijaznih surovin. Na takšen način bomo vplivali tudi na končno ceno izdelkov za svoje potrošnike.



Digitalne komunikacije

Obdobje 1-9 2011 so področje digitalnega komuniciranja zaznamovali trije pomembni projekti: Mercator spletna trgovina Tehnika, razvoj mobilnih aplikacij in razvoj mobilnega spletnega mesta. S prvim projektom smo odprli spletna vrata vsem tistim, ki si želijo nakup tehničnih izdelkov opraviti na najbolj priročen način, z drugima dvema projektoma 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 marcu 2011 je zaživela Mercatorjeva spletna trgovina s tehnično ponudbo. Skupaj s spletno trgovino smo uvedli tudi spletno plačevanje z zeleno in zlato kartico Mercator Pika. V juniju 2011 smo vzpostavili spletno mesto »Mmm Recepti«, ki obiskovalcem ponuja številne recepte uveljavljenih kuharjev ter omogoča objavo lastnih receptov. Avgusta 2011 smo vzpostavili spletno mesto Smrkci, kjer obiskovalci lahko menjujejo 3D igralne kartice Smrkci, igrajo »smrkastične« igre, spremljajo dodatne informacije o zgodovini Smrkcev ter dogodkih v Mercator centrih. Na družabnih omrežjih so aktivni tudi Beautique, Modiana in Intersport.

Aktivnosti na družabnih omrežjih

Uspešno smo izvedli in zaključili nagradno igro »Žejni? Osvežite se!«, ki je imela več kot 30.000 uporabnikov. Na Facebook-u smo vzpostavili vstopno stran z nagovorom novim obiskovalcem, dodali pa smo tudi zavihka Spletna trgovina Tehnika in spletno mesto Smrkci. S posebno aplikacijo »Napovej rezultat« smo 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. Oglaševanje preko Facebook-a se je izkazalo kot izredno uspešno orodje.



Na omrežju Facebook so aktivne tudi družbe na tujih trgih. Najbolj aktiven je Facebook profil Mercator centra Banja Luka, ki ima že 46.000 članov. Skozi nagradne igre kupci spoznavajo našo ponudbo, z napovedjo dogodkov in akcij pa jih privabljamo na prodajna mesta.

V začetku leta 2011 smo nadgradili načrt za komunikacijo in pojavnost na družbenem omrežju Twitter. Skozi kratke nagradne igre in z obveščanjem o lokalnih dogodkih in neposrednim vključevanjem v pogovor z drugimi uporabniki gradimo pozitivno zavedanje o blagovni znamki Mercator.

Mobilne aplikacije in mobilna spletna mesta

V februarju 2011 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. Meseca avgusta smo pričeli s povezovanjem sklopa mobilno, ki sedaj vključuje mobilne aplikacije in mobilno spletno mesto, prilagojeno različnim vrstam mobilnih telefonov.

Meseca maja 2011 je bila izdelana mobilna različica nekaterih ključnih vsebin osrednjega spletnega mesta. Mobilne spletne strani ponujajo prikaz, popolnoma prilagojen tabličnim računalnikom in pametnim telefonom.

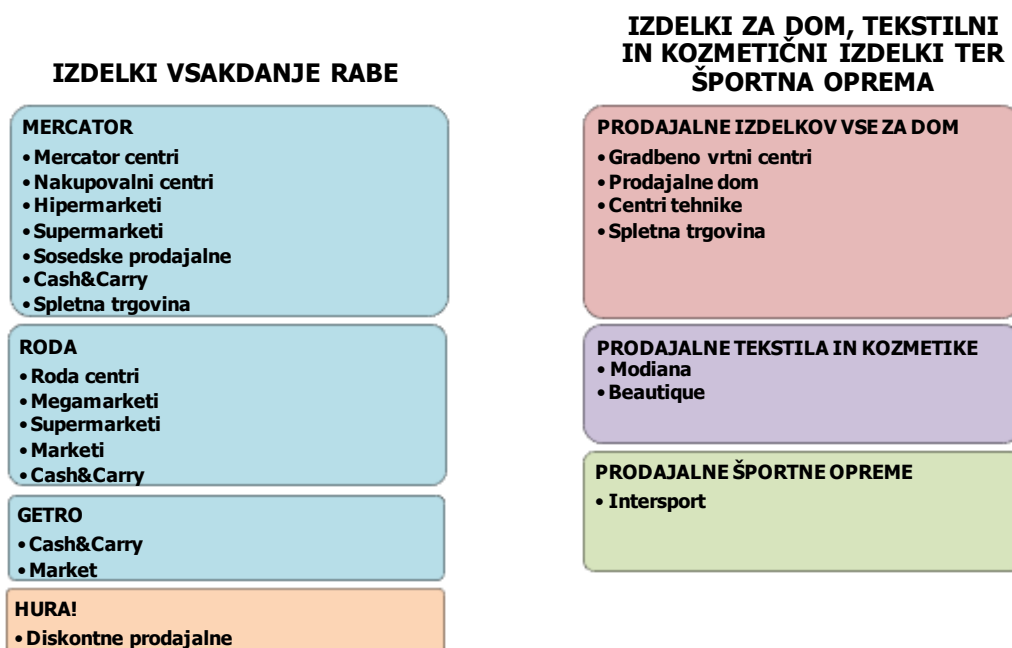
Spremljanje pojavnosti Mercatorja na digitalnih medijih

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.

Prodajni formati

S širitvijo trgovske mreže v države jugovzhodne Evrope Mercator vstopa 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 ustrezni ceni, 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 izdelkov za dom, tekstilnih in kozmetičnih izdelkov oziroma športne opreme.

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



Sestava maloprodajnih enot na dan 30.9.2011

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	17	21	12	5	-	-	117	169.619	109.654
Sosedske prodajalne	401	63	47	7	73	2	-	593	257.029	151.154
Prodajalne udobja	1	-	1	1	-	-	-	3	6.215	3.669
Getro market	-	-	23	-	-	-	-	23	12.518	7.986
Cash & Carry	13	4	16	-	-	-	-	33	141.223	100.348
Hura! diskonti	12	-	-	-	-	-	-	12	9.774	6.971
Gostinstvo	20	7	-	2	1	-	-	30	9.296	5.302
M Holidays	12	-	-	-	-	-	-	12	222	222
Skupaj izdelki za vsakdanjo rabo	542	105	121	28	81	3	4	884	895.318	573.331
Tehnični program	63	13	12	-	3	-	-	91	134.752	74.140
Pohišten program	30	1	-	-	1	-	-	32	32.515	24.246
Skupaj izdelki za dom	93	14	12	-	4	-	-	123	167.267	98.386
Program tekstila in lepote	94	17	31	12	1	-	-	155	67.910	57.104
Tekstilni program	74	9	31	8	1	-	-	123	64.219	54.030
Drogerije	20	8	-	4	-	-	-	32	3.691	3.074
Intersport	32	9	29	9	2	2	-	83	51.286	39.625
Ostali formati prodajaln	126	26	60	21	3	2	-	238	119.196	96.729
Franšizne prodajalne	225	-	51	-	-	-	-	276	35.852	49.787
SKUPAJ	986	145	244	49	88	5	4	1.521	1.217.632	818.232

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 1-9 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 povečevalnih 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

Dne 5.10.2011 je bila odprta prenovljena blagovnica Maxi. Prenova je potekala v skladu z novo postavljenim trgovskim in trženjskim konceptom, po katerem Maxi predstavlja kulturno mesto kvalitetnih nakupov. Preurejeni Maxi bo postal vodilno mesto za nakup izdelkov višje in visoke mode, mesto za izražanje življenjskega sloga posameznika, mesto navdiha, zabave, nakupovanja, kakovosti in storitev, nudil pa bo tudi možnost druženja.

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 napora za nakup izbranega izdelka. Prva takšna prodajalna se je odprla dne 22.6.2011 na Kongresnem trgu. Programski splet prodajalne v celoti odraža tako potrebe ciljnega kupca (zaposleni v bližnjih poslovnih stavbah, dijaki, študentje ter mimoidoči, ki gredo po različnih opravkih), kot tudi značilnosti mikrolokacije (ponudba primerna za okoliške prebivalce ter turiste). Med posebnostmi prodajalne gre omeniti predvsem atraktivno ponudbo kvalitetnih priročnih izdelkov, široko ponudbo svežih izdelkov, ponudbo raznovrstnih kavnih napitkov, dobro založeno delikateso, kotiček z izbrano ponudbo tipičnih slovenskih izdelkov ter manjši oddelek osnovnih živil in neživil, namenjen predvsem okoliškimi 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 vsa področja razvoja in bo postavljen na vzorčni prodajalni, velikosti približno 900 m². 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. V obdobju 1-9 2011 sta se intenzivno pripravljala tloris in tehnologija prodajalne. V pripravi je celostna grafična podoba prodajalne, intenzivno se razvijajo tudi nove, okolju prijazne tehnološke rešitve, ki bodo umeščene v Eko hišo.

Izvajanje strateških projektov osvežitve ponudbe

Tudi v tretjem četrtletju so se nadaljevale aktivnosti v okviru strateških projektov osvežitve ponudbe v Sloveniji in oblikovanja tehnične verige, ki sta bila predstavljena v polletnem poročilu.

FINANČNO UPRAVLJANJE

Stabilno finančno poslovanje

Neto finančni dolg Skupine Mercator je konec tretjega kvartala znašal 1.093.323 tisoč EUR, na dan 30.6.2011 pa je neto finančni dolg znašal 1.075.107 tisoč EUR. Obveznosti iz financiranja so se v Skupini Mercator v obdobju od 1-9 2011 glede na stanje v istem obdobju lani povečale za 6,9 odstotka.

v 000 EUR	30.9.2011	31.12.2010	Indeks 30.9.2011/ 31.12.2010
Dolgoročne finančne obveznosti brez drugih finančnih obveznosti	855.660	674.375	126,9
Kratkoročne finančne obveznosti brez drugih finančnih obveznosti	320.594	391.482	81,9
Izpeljani finančni instrumenti (obveznosti)	4.224	2.478	170,5
Finančne obveznosti skupaj z izpeljanimi finančnimi inštrumenti	1.180.479	1.068.335	110,5
Denar in denarni ustrezniki	15.283	20.766	73,6
Izpeljani finančni instrumenti (sredstva)	225	70	321,0
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	3.851	3.959	97,3
Dana posojila in depoziti	67.797	94.459	71,8
Finančna sredstva	87.155	119.254	73,1
NETO FINANČNI DOLG	1.093.323	949.081	115,2
Neto finančni dolg / kosmati denarni tok iz poslovanja	6,28	5,58	112,5
Neto finančni dolg / poštena vrednost nepremičnin	63,7%	56,6%	112,6

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.

V obdobju 1-9 2011 je družba Poslovni sistem Mercator, d.d., zaključila s črpanjem naslednjih večjih posojil:

- V mesecu marcu 2011 je družba zaključila črpanje sindiciranega posojila v višini 130 mio EUR.
- Dne 9.3.2011 je družba sklenila dolgoročno »Schuldschein« posojilo v višini 58 mio EUR.
- V mesecu septembru 2011 je družba zaključila črpanje sindiciranega posojila v višini 137,6 mio EUR. Sindicirano posojilo je razdeljeno na dve tranši, in sicer tranša A z ročnostjo 4 let in odplačilom glavnice v enkratnem znesku ter na tranšo B z ročnostjo 4 let in polletnim odplačevanjem dela glavnice. Pri sindiciranem posojilu je sodelovalo 10 poslovnih bank, domačih in tujih.

Stroški financiranja

Vrednost 6-mesečnega Euriborja je ob koncu leta 2010 znašala 1,227 %, svojo najvišjo vrednost pa je Euribor dosegel v mesecu juliju, ko se je povzpел na kar 1,831 %. To je skoraj 50 % povišanje referenčne obrestne mere glede na začetek leta, kar za podjetje pomeni dražje zadolževanje pri bankah. To smo občutili tudi v Skupini Mercator, saj so se zaradi dražjih posojil povečali odhodki iz naslova obresti, kar je vplivalo na rezultat poslovanja.

Kapitalska sestava in razmerje med kratkoročnimi in dolgoročnimi finančnimi obveznostmi

Skupina Mercator je na dan 30.9.2011 dosegla kapitalsko sestavo z razmerjem 1:1,32 med lastniškim kapitalom, ki obsega računovodsko izkazani lastniški kapital in rezervacije, ter neto finančnim dolgom.

Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 uspela izboljšati ročnostno strukturo finančnih obveznosti. Delež dolgoročnih finančnih obveznosti je na dan 30.9.2011 znašal 72,7 % (65,9 % na dan 30.6.2011).

Razmerje med variabilnimi in fiksnimi oziroma ščitenimi finančnimi obveznostmi

Skupina Mercator je na dan 30.9.2011 dosegla razmerje med variabilnimi in fiksnimi oziroma ščitenimi finančnimi obveznostmi v višini 43,4 % : 56,6 %. Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 sklenila za 175 mio EUR obrestnih zamenjav ter še za 175 mio EUR obrestnih kopic ter tako zaščitila pomemben del finančnih obveznosti pred naraščajočimi obrestnimi merami.

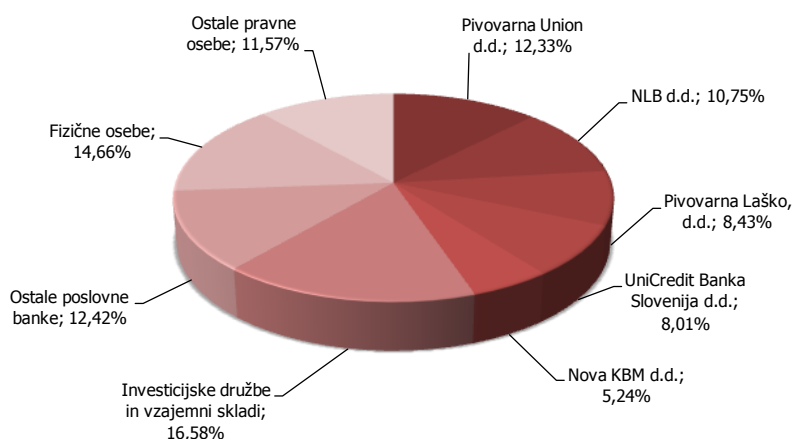
MERCATORJEVA DELNICA IN ODNOSI Z VLAGATELJI

Delnica in lastniška struktura

Osnovni podatki o delnici družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 30.9.2011

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	15.555

Lastniška struktura družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., na dan 30.9.2011



Največji delničarji

Deset največjih delničarjev družbe je imelo na dan 30.9.2011 v lasti **62,80 %** 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 Societe Generale-Splitska banka, d.d.	Hrvaška	210.180	5,58%
6 Nova KBM, d.d.	Slovenija	197.274	5,24%
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%
	Skupaj	2.364.785	62,80%

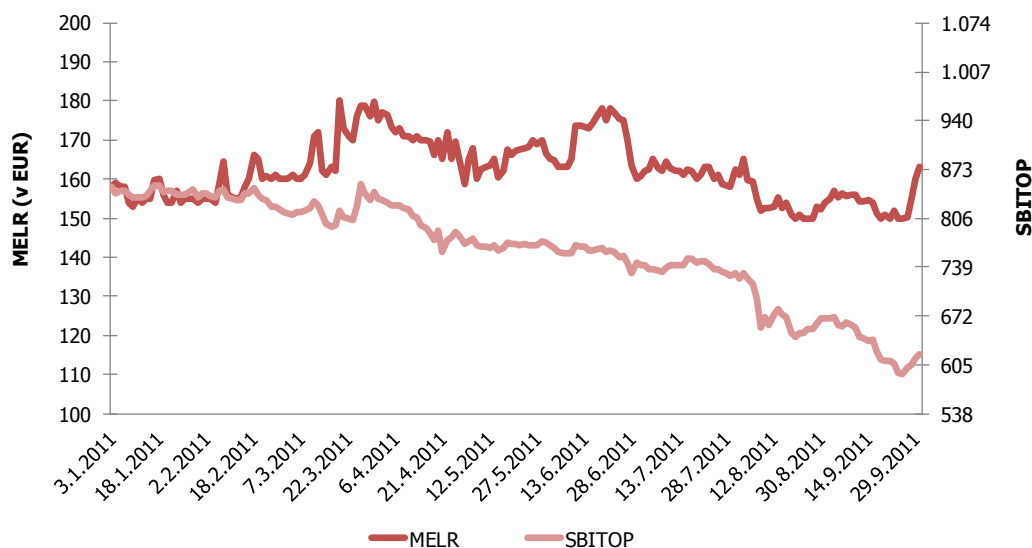
Tuji delničarji

Na dan 30.9.2011 je delež tujih investitorjev 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 30.9.2011

Ime in priimek	Funkcija	Število delnic	Delež
Uprava			
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%
	Skupaj	2.190	0,0582%
Nadzorni svet			
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%
	Skupaj	2.036	0,0541%

Gibanje zaključnega tečaja delnice MELR v obdobju 1-9 2011 v primerjavi z gibanjem indeksa SBITOP



Najpomembnejši podatki za delničarje

	30.9.2011	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)	613.753.843	593.797.430	103,4
Tržna cena delnice (v EUR)	163,00	157,70	103,4
Knjigovodska vrednost delnice (v EUR)	221,73	221,76	100,0
Najnižji zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	150,00	131,20	114,3
Najvišji zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	180,00	171,50	105,0
Povprečni zaključni tečaj v obdobju (v EUR)	162,06	154,14	105,1
Osnovna čista dobičkonosnost navadne delnice (v EUR)*	12,3	9,9	124,2

*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.

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 30.9.2011 v lasti 42.192 lastnih delnic. Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., v obdobju 1-9 2011 ni kupovala niti prodajala lastnih delnic.

Odnosi z vlagatelji

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v obdobju 1-9 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 udeležil 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 v obdobju 1-9 2011 dvakrat udeležil webcast predstavitve podjetij investitorjem in borznim analitikom. Dogodek je potekal v organizaciji Ljubljanske borze.

Podpora postopku prodaje večinskega paketa delnic družbe

Uprava družbe v okviru zakonskih možnosti in drugih omejitev podpira postopek prodaje večinskega paketa delnic družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., ki ga izvaja konzorcij lastnikov, ker ocenjuje, da je stabilizacija lastniške strukture v interesu družbe. Ob tem uprava izvaja vse aktivnosti za zaščito interesov družbe in Skupine Mercator v skladu z njenimi zakonskimi dolžnostmi. O pomembnejših vidikih teh aktivnosti družba delničarje obvešča na borznem sistemu obveščanja v skladu z veljavnimi predpisi.

UPRAVLJANJE S TVEGANJI

V obdobju 1-9 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 1-9 2011

Poslovna tveganja

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

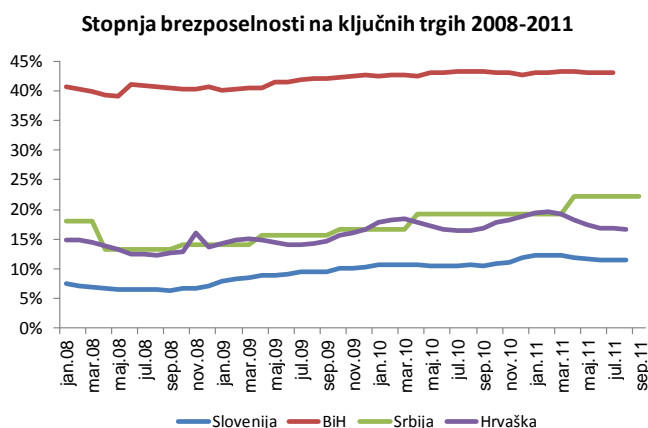
Tveganja pri poslovanju trgovskih podjetij se kot posledica gospodarskih razmer povečujejo zaradi sprememb v nakupnem vedenju porabnikov in predvsem zaradi padanja njihove kupne moči. Ključni indikator kupne moči in občutka varnosti potrošnikov je stopnja brezposelnosti, ki na ključnih trgih Mercatorjevega poslovanja v zadnjih mesecih dosega najvišje ravni v zadnjem petletnem obdobju. Zaupanje potrošnikov je nizko, poleg tega vse več ljudi pričakuje poslabšanje finančnega položaja, kar pomeni, da se je trend racionalizacije porabe z vidika nakupnih navad dokončno utrdil.

Poslovna tveganja povečujejo še 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 začelih 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 obdobju 1-9 2011 nadaljujemo z izvajanjem že sprejetih ukrepov za znižanje ravni tveganja neoptimalnega trženjskega spleta in vplivov konkurenčnega okolja. Prilagoditev trženjskega spleta se izvaja v okviru strateškega projekta osvežitve 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 1-9 2011 investirala znatna sredstva 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 devetih 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 premišljeno 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 1-9 2011 so zaznamovale spremembe na svetovnih finančnih trgih. Dolžniška kriza, ki v zadnjih mesecih otežuje dostop do financiranja vse več državam evrskega območja, predstavlja glavno tveganje za nadaljnje okrevanje evropskega gospodarstva. Vplivala je tudi na poslabšanje razpoloženja potrošnikov in podjetij, predvsem pa je povečala negotovost na finančnih trgih. Na evrskem območju je bila gospodarska rast v drugem četrtletju nižja od spomladanskih napovedi Evropske komisije.

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 1-9 2011 smo zaznavali poslabševanje plačilne discipline pri nekaterih veleprodajnih kupcih, zaradi oteženega dostopa do financiranja le-teh. V Mercatorju smo zato nadaljevali z omejevanjem prodaje na odlog brez prvovrstnih zavarovanj.

Kreditno tveganje kartice Mercator Pika

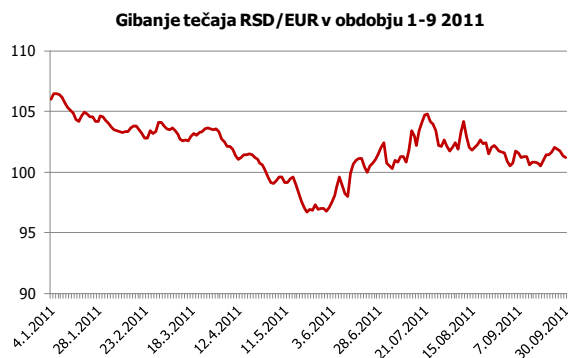
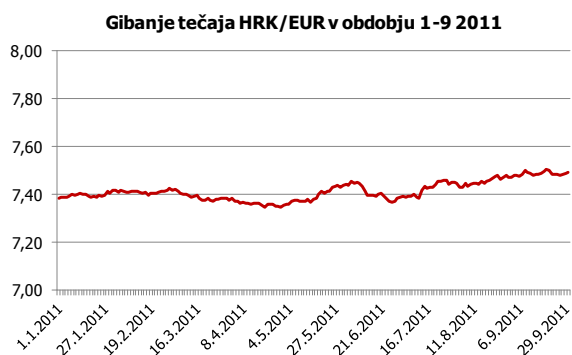
Ocena tveganja neplačila obveznosti imetnikov kartice Mercator Pika (možnost, da bodo terjatve, ki so nastale zaradi odloženega plačila, poplačane delno oziroma ne bodo poplačane).

V obdobju 1-9 2011 smo nadaljevali s sprejetimi ukrepi za zmanjševanje kreditnega tveganja kartice Mercator Pika.

Valutna tveganja

Ocena izgube gospodarskih koristi zaradi sprememb deviznega tečaja.

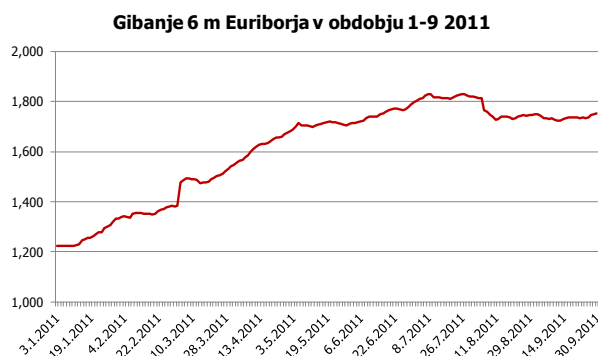
V obdobju 1-9 2011 je povprečni tečaj hrvaške kune znašal 7,42 HRK za 1 EUR, medtem ko je v obdobju 1-9 2010 znašal 7,26 HRK za 1 EUR. Povprečni tečaj srbskega dinarja v obdobju 1-9 2011 je znašal 101,92 RSD za 1 EUR, povprečni tečaj srbskega dinarja v enakem obdobju v letu 2010 pa je znašal 101,32 RSD za 1 EUR. 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 1-9 2011 se je variabilna obrestna mera 6m Euribor povišala iz 1,227 % na 1,753 % (42,9-odstotno povišanje), kar je imelo za posledico povišanje obrestnih odhodkov Skupine Mercator. Z namenom obvladovanja obrestnih tveganj je Skupina Mercator v obdobju 1-9 2011 sklenila za 175 mio EUR obrestnih zamenjav ter za 175 mio EUR obrestnih kopic in tako zaščitila pomemben del finančnih obveznosti pred naraščajočimi obrestnimi merami.



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 1-9 2011 nadaljevala s prestrukturiranjem kratkoročnih finančnih obveznosti v dolgoročne. V tem obdobju smo podpisali največje sindicirano posojilo v zgodovini poslovanja družbe v skupnem znesku 137,6 mio EUR in ga prav tako tudi črpali. Razmerje med dolgoročnimi in kratkoročnimi finančnimi obveznostmi se je izboljšalo iz 63,0 % : 37,0 % (konec leta 2010) na 72,7 % : 27,3 % (na dan 30.9.2011).

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.

Strateška tveganja

Tveganje realizacije zastavljene strategije ter integracije družb v skupino.

Tudi v letu 2011 skladno s strateškimi cilji skupine nadaljujemo z aktivnostmi dopolnjevanja in prilagajanja strategije širitve, predvsem na tujih trgih.

Tveganja operativnega delovanja upravljanja z blagovnimi skupinami

Tveganja, povezana z neizdobavo blaga, dvigom cen borznih izdelkov in sezonskim vplivom.

V okviru tveganj, povezanih z dvigom cen izdelkov na blagovnih borzah, so se skladno s pričakovanji cene v obravnavanem obdobju dvigovale, posledično pa so dobavitelji najavljali nove, višje cenike. Vse cenike smo obravnavali po ustaljenih postopkih, ki zajemajo tudi pogajanja z dobavitelji o višini najave in datumu uveljavitve. Po potrjenem ceniku smo cene teh izdelkov oblikovali na konkurenčnem nivoju. Za zagotavljanje konkurenčnosti je bil v določenih kategorijah trgovske znamke Mercator (modra linija sveže meso, mleko in mlečni izdelki, generiki in izdelki Pekarne Grosuplje) sprejet ukrep zamrznitve maloprodajnih cen z veljavnostjo do 30.6.2011. Po 1.7.2011 so se nove cene teh izdelkov oblikovale skladno s principi upravljanja z blagovnimi skupinami. Tveganja neizdobav blaga niso bila evidentirana v obsegu, ki bi presegal definirane dopustne meje.

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.

Izvajali smo projekt Vzpostavitev modula SAP PM, ki bo zagotovil učinkovito upravljanje tehnologij, ki so glavni porabniki električne energije v internih procesih. Oblikovan je bil nabor okoljskih karakteristik objektov, naprav in opreme, ki so osnova za popise na 6 vzorčnih lokacijah. Pripravljen je nabor internih in eksternih okoljskih dokumentov, za katerega bomo zagotovili centralno zbiranje in dostop vsem uporabnikom.

Aktivnosti uvajanja aplikacije za spremljanje okoljskih kazalnikov SAP BI OK v družbe Skupine Mercator se izvajajo skladno s planom. Hčerinska družba, ki bo prva začela z obvladovanjem podatkov o energentih, je Mercator - S, d.o.o.

Na področju alternativnih virov energije in zniževanja stroškov za energijo je bila sprejeta odločitev glede postavitve soproizvodnje v vseh večjih trgovskih objektih.

Zamenjana je bila obstoječa razsvetljava v garaži, na zunanjem parkirišču in elementih celostne grafične podobe za Mercatorjeve objekte.

Izvajajo se postopni prehodi na sisteme ogrevanja na nefosilna goriva.

Pripravila se je prijava na javni razpis za sofinanciranje projektov učinkovite rabe električne energije v gospodarstvu za obdobje 2011-2013.

Ocena izpostavljenosti tveganjem Skupine Mercator

Kljub dodatni zaostritvi gospodarskih razmer, kar se odraža predvsem na področju poslovnih in finančnih tveganj, celovita izpostavljenost Skupine Mercator na dan 30.9.2011 v primerjavi s koncem leta 2010 po trenutnih ocenah ostaja na **zmerni** ravni.

Morebitna dodatna zaostritev gospodarskih razmer in njeni vplivi na poslovanje Skupine Mercator bi lahko imeli dodatni negativni vpliv na izpostavljenost tveganjem, o čemer v tem trenutku glede na visoko stopnjo negotovosti glede bodočega razvoja okoliščin poslovanja še ni mogoče podati zanesljivih ocen.

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 eden izmed največjih trgovcev 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.

Izvedene aktivnosti v obdobju 1-9 2011

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

- V sklopu plana rednih kontrol smo izvedli 594 internih kontrol, od tega 217 hitrih kontrol (nov tip kontrole) in 17 izrednih kontrol.
- Izvedli smo kontrolo kakovosti 382 (1530 kontrolnih vzorcev) živilskih izdelkov lastne trgovske znamke. V izboru novih izdelkov smo senzorično ocenili več kot 320 izdelkov.
- Stekle so priprave za presojo standarda ISO 22000. Posodobljene so vse HACCP študije in pripadajoči dokumenti.
- Posodobljen je bil proces odstranitvev, umikov in odpoklicev.
- Izvedena je bila nadgradnja informacijske podpore za spremljanje kontrol, izločitev ter notranjega in inšpekcijskega nadzora.
- V razvoju je sistem evidentiranja neskladnosti v procesu vodenja varnosti živil.
- Iz sistematičnega zbiranja podatkov o kakovosti prodajnih artiklov ustvarjamo bazo in razvijamo metodologijo, ki bo podlaga za ocenjevanje dobaviteljev.
- 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.
- V procesu razvoja je točilni aparat s ponudbo lokalnih proizvodov, ki bo omogočal racionalnejše ravnanje z embalažo.

- Opravili smo ogled primera prve zelene prodajalne, v kateri so uporabljene okolju prijazne rešitve, primerne tudi za Mercatorjevo Eko hišo.
- Stekel je proces nabave eko infokioska, ki bo deloval izključno na obnovljive vire energije.
- V treh prodajalnah se izvaja test digitalnih cen.

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

Slovenija:

- V mesecu septembru 2011 smo potrošnikom predstavili samostojno linijo ekoloških izdelkov pod imenom Mercator Bio preko posebnega tematskega letaka. Pri oblikovanju znamke smo vključili komponento kakovosti, lokalnega porekla, ugodne cene in priročnosti. Linija trenutno vključuje 23 izdelkov, ki jih potrošniki lahko poskusijo na številnih degustacijah na naših prodajnih mestih.
- 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 hipermarketih in tehničnih prodajalnah 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.
- Konec junija smo skupaj s časnikom Finance pripravili Natečaj za zbiranje idejnih rešitev za embalaže iz okolju prijaznih surovin, primerno za kmete in manjše pridelovalce.

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 v sodelovanju z osnovnimi šolami potekal projekt »Minuta do dvanaest za našo planetu«.

MISLIMO NA ZAPOSLENE



Kot eden izmed največjih delodajalcev 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 30.9.2011	Število zaposlenih na dan 31.12.2010	Indeks število zaposlenih 30.9.2011/ 31.12.2010	Število zaposlenih iz ur v obdobju 1-9 2011
Poslovni sistem Mercator, d.d.	10.570	10.606	99,7	9.944
Mercator IP, d.o.o.	340	295	115,3	272
Mercator Trgovina Slovenija	10.910	10.901	100,1	10.217
Mercator - S, d.o.o.	4.142	3.968	104,4	4.010
Mercator - H, d.o.o.	3.617	3.600	100,5	3.289
Mercator - BH, d.o.o.	862	826	104,4	848
M - BL, d.o.o.	266	262	101,5	248
Mercator - Mex, d.o.o.	-	326	-	-
Mercator - CG, d.o.o.	1.467	1.103	133,0	1.475
Mercator - B, e.o.o.d.	228	279	81,7	223
Mercator - A, sh.p.k.	132	121	109,1	109
Mercator Trgovina Jugovzhodna Evropa	10.714	10.485	102,2	10.202
Mercator - Optima, d.o.o.	15	16	93,8	13
Mercator Nepremičnine	15	16	93,8	13
Eta, d.d.	-	187	-	177
Mercator - Emba, d.d.	112	119	94,1	113
M - Energija, d.o.o.	4	-	-	1
Intersport ISI, d.o.o.	317	324	97,8	308
Intersport S-ISI, d.o.o.	108	114	94,7	103
Intersport H, d.o.o.	259	264	98,1	249
Intersport BH, d.o.o.	63	66	95,5	59
Modiana, d.o.o., Slovenija	597	616	96,9	559
Modiana, d.o.o., Srbija	133	142	93,7	122
Modiana, d.o.o., Hrvaška	169	169	100,0	163
Modiana, d.o.o., Bosna in Hercegovina	79	79	100,0	70
Druge poslovne dejavnosti	1.841	2.080	88,5	1.923
SKUPINA MERCATOR	23.480	23.482	100,0	22.354

V obdobju 1-9 2011 želimo izpostaviti izvedbo tradicionalnega, že 5. kolegija ključnih kadrov, ki se ga je udeležilo prek 1.200 sodelavcev. Organizirali smo teambuildinge za vodstva na različnih ravneh na Voglu in na Ohridu v Makedoniji. V 105 Mercatorjevih počitniških enotah v Sloveniji in na Hrvaškem je bilo 1.707 zaposlenih in upokoencev z družinami.

Strateški CILJI

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

Izvedene aktivnosti v obdobju 1-9 2011

- Organizirali smo Šole za poslovodje 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.
- Na Ohridu je bil organiziran drugi regionalni teambuilding za managerje družb Mercator trgovina jugovzhodna Evropa, ki se ga je udeležilo 83 vodilnih sodelavcev. Na Voglu pa je v okviru 22 teamov na teambuilding delavnicah sodelovalo 357 managerjev.
- 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 25 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 973 režijskih delavcev.
- 19 notranjim učiteljem smo na priložnostnem srečanju podelili priznanja za uspešno delo.
- V Sloveniji smo pričeli s prenovo e-knjžnice z imenom Mercatorjeva rastoča knjiga.
- Organizirali smo 5. kolegij ključnih kadrov v Cankarjevem domu v Ljubljani, katerega se je udeležilo preko 1.200 ključnih sodelavcev.
- Z 19 slovenskimi srednjimi šolami smo sklenili letne pogodbe o izvajanju praktičnega usposabljanja. Skupaj z njimi smo na razpisu Javnega sklada RS za razvoj kadrov in štipendije prejeli 100 tisoč EUR za izvajanje praktičnega usposabljanja z delom po izobraževalnih programih.

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 99 sodelavcem v znesku 69 tisoč EUR.
- Vsi zaposleni v Skupini Mercator so prejeli Kocko vrednot s šestimi korporacijskimi vrednotami.
- V 105 počitniških enotah v Sloveniji in na Hrvaškem je letovalo 1.574 zaposlenih in 133 upokojencev ter njihovih družinskih članov.
- V okviru projekta Družini prijazno podjetje smo 260 staršem prvošolčkov ob prvem šolskem dnevu omogočili izredni plačani dopust. Od 1.9.2011 pa lahko izredni dan plačanega dopusta koristijo tudi starši, ki uvajajo otroke v vrtec. V septembru je to možnost izkoristilo 155 sodelavcev.
- V vseh družbah Skupine Mercator so bili uvedeni e-poštni naslovi za zbiranje izjav, vprašanj in predlogov zaposlenih.
- Na 4. seji Sveta delavcev Poslovnega sistema Mercator, d.d., sta Uprava Mercatorja in Svet delavcev podpisala dogovor o sodelovanju delavcev pri upravljanju. Podpis sporazuma podrobneje ureja način uresničevanja pravic delavcev pri soodločanju in soupravljanju družbe.



Sistemske gradimo odnos do naravnega okolja tako, da izvajamo energetske učinkovite gradnje oziroma prenove prodajalnih 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 1-9 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 soprodukcije v Mercator centru Celje in na osnovi pozitivnih rezultatov sprejeli odločitev glede postavitve soprodukcije v vseh večjih trgovskih objektih.
- Postopno smo prehajali na sisteme ogrevanja na nefosilna goriva.

Izvedba projekta »Eko hiša«.

- 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. V pripravi je celostna grafična podoba prodajalne, intenzivno se razvijajo tudi nove, okolju prijazne tehnološke rešitve, ki bodo umeščene v Eko hišo.

Zmanjšanje rabe naravnih virov in nastajanja odpadnih snovi.

- V sklopu koncepta ločenega zbiranja odpadkov smo uredili dodatne lokacije zbiranja 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.
- Uredili smo področje rabe vode iz vodotoka in prejeli vodno dovoljenje za lokacijo prodajalne Maxi.
- Oblikovali smo kriterije za okoljske vidike v sklopu projekta »Naj prodajalna« na področju trajnostnega razvoja.

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 1-9 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, Festival za tretje življenjsko obdobje, tekmovanje v tehniki prodaje, Zlati abonma v Cankarjevem domu, Festival Ljubljana, koncerte v Slovenski filharmoniji, Stand up komedijo, razstavo v Mestnem muzeju, Festival Mesto žensk, Mednarodni grafični bienale, finale svetovnega pokala v smučarskih skokih v Planici, mednarodno alpsko smučarsko tekmovanje, mednarodno odprto prvenstvo Slovenije v namiznem tenisu ter pohod Ob žici, kolesarsko dirko po Sloveniji, košarkarsko ekipo društva paraplegikov Slovenije, namiznoteniško igralko na vozičku Majo Pintar, Tek za upanje v organizaciji Europe Donne, Svetovno prvenstvo v veslanju, Dobrodelni nogometni spektakel v Biljah. 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, skladu Okrešelj za otroke ponesrečenih reševalcev ter Pediatrični kliniki športne naprave za rehabilitacijo otrok.

Trgi jugovzhodne Evrope:

- V Srbiji smo donirali prebivalcem Kraljeva po potresu, splošni bolnici v Vrbasu in Subotici, največjemu festivalu za otroke v Srbiji in bili zlati sponzor Olimpijskega komiteja Srbije.
- Na Hrvaškem smo donirali centru za vzgojo in izobraževanje v Zagrebu, štirim hišam zavetja za otroke v Osijeku, Splitu, Zagrebu in v Reki, pediatrični bolnišnici v Osijeku, vrtcu Neven in Neriodla v Rovinju, podprli dan državnosti in sofinancirali postavitev 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.
- S stalnim in odprtim komuniciranjem z našimi deležniki izražamo svojo odgovornost do družbe. Na nivoju posameznih Mercatorjevih družb in na nivoju korporacije smo stalno in načrtovano sporočali pomembne informacije ter dnevno odgovarjali na vprašanja novinarjev in kupcev.

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 1-9 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 prehranske industrije, kot tudi razširjena ekološka pridelava, predelava in prodaja kmetijskih izdelkov višje predelovalne ravni. U juniju smo bili aktivno prisotni na Sejmu organske proizvodnje.

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.

Izvedene aktivnosti v obdobju 1-9 2011

- V Skupini Mercator imamo 13 aktivnih certifikatov. Izvedli smo 7 zunanjih presoj sistemov kakovosti, od tega 6 rednih v družbah Poslovni sistem Mercator, d.d., in Mercator - H, d.o.o., in eno obnovitveno v Mercator - Emba, d.d.
- V zbirki Mercator Standardi je trenutno 2.492 veljavnih dokumentov. V obdobju 1-9 2011 je bilo objavljenih 742 novih oziroma posodobljenih dokumentov. Arhivirali smo dokumente družbe Eta, d.d., in ažurirali skrbništvo nad dokumenti v zbirki Mercator standardi. Operativno obvladujemo neskladnosti ter izvajamo korektivne in preventivne ukrepe.

Sistemsko spremljanje procesov obvladovanja kakovosti v Skupini Mercator.

- Izvajali smo aktivnosti, s katerimi bomo poenotili proces spremljanja okoljskih kazalcev za posamezne okoljske vidike v vseh družbah Skupine Mercator. Električna energija je stroškovno najpomembnejši okoljski vidik. V obdobju 1-9 2011 smo v primerjavi z enakim obdobjem leta 2010 uspeli zmanjšati porabo električne energije za 4,7 %, ter zmanjšali specifično emisijo CO₂ energentov za 5,2 %.

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

- Doplnili in izboljšali smo aplikaciji za vodenje kolegijev in obvladovanje Mercator standardov. Izdelali smo portal Projekti, ki omogoča enostavno vodenje evidence projektov. Izdelana je aplikacija za obvladovanje neskladnosti, ki je v fazi testne produkcije. Izvedli smo predstavitev aplikacije ključnim uporabnikom in začeli s testiranjem. Aplikacijo SAP-BI-OK smo doplnili tako, da omogoča analizo okoljskih kazalcev za posamezne družbe Skupine Mercator.

RAČUNOVODSKO POROČILO

RAČUNOVODSKE USMERITVE

Vsi računovodski izkazi Skupine Mercator za obdobje 1-9 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 1-9 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. (do 1.6.2011), Mercator - Emba, d.d., Mercator - Optima, d.o.o., Mercator IP, d.o.o., M.COM, d.o.o., M - nepremičnine, d.o.o., in M - Energija, d.o.o. (od 1.8.2011);
- **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 Internacional, d.o.o.e.l., 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

	30.9.2011	31.12.2010	30.9.2010
SREDSTVA			
Dolgoročna sredstva			
Nepremičnine, naprave in oprema	1.903.375	1.870.428	1.856.873
Naložbene nepremičnine	3.615	3.894	3.833
Neopredmetena sredstva	49.282	52.626	48.960
Odložene terjatve za davek	9.347	8.700	8.071
Dana posojila in depoziti	65.815	77.113	58.342
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	3.851	3.959	4.368
	2.035.285	2.016.720	1.980.446
Kratkoročna sredstva			
Zaloge	315.248	322.081	284.173
Terjatve do kupcev in druge terjatve	270.785	231.871	280.082
Terjatve za odmerjeni davek	1.608	-	7.599
Dana posojila in depoziti	1.981	17.346	19.523
Izpeljani finančni inštrumenti	225	70	110
Denar in denarni ustrezniki	15.283	20.766	15.542
	605.130	592.134	607.030
Skupaj sredstva	2.640.415	2.608.854	2.587.476
KAPITAL			
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	194.194	200.187	198.774
Preneseni čisti poslovni izid	9.566	6.671	6.315
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	27.062	30.396	27.951
Prevedbena rezerva	(59.577)	(62.295)	(54.954)
Kapital pripisan lastnikom obvladujočega podjetja	794.205	797.919	801.046
Neobvladujoči delež	229	246	250
Kapital	794.434	798.165	801.296
OBVEZNOSTI			
Dolgoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	2.513	2.447	2.872
Finančne obveznosti	855.660	674.375	565.930
Odložene obveznosti za davek	50.478	51.269	51.776
Rezervacije	32.686	35.709	33.230
	941.337	763.800	653.808
Kratkoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	579.826	642.666	584.867
Obveznosti za odmerjeni davek	-	5.892	9.914
Finančne obveznosti	320.594	395.853	534.362
Izpeljani finančni inštrumenti	4.224	2.478	3.229
	904.644	1.046.889	1.132.373
Skupaj obveznosti	1.845.981	1.810.689	1.786.180
Skupaj kapital in obveznosti	2.640.415	2.608.854	2.587.476

Zgoščen konsolidirani izkaz poslovnega izida

v tisoč EUR	1-9 2011	1-9 2010
Prihodki iz prodaje	2.175.723	2.038.796
Stroški prodaje	(2.040.382)	(1.897.882)
Bruto dobiček	135.341	140.914
Stroški splošnih dejavnosti	(77.630)	(75.325)
Drugi poslovni prihodki	14.431	12.488
Poslovni izid iz poslovanja	72.142	78.077
Finančni prihodki	5.777	7.958
Finančni odhodki	(41.734)	(49.453)
Neto finančni odhodki	(35.957)	(41.495)
Poslovni izid pred obdavčitvijo	36.185	36.582
Davek	(9.136)	(8.637)
Poslovni izid obračunskega obdobja	27.049	27.945
Poslovni izid obračunskega obdobja, ki se nanaša na:		
Lastnike obvladujočega podjetja	27.062	27.951
Neobvladujoči delež	(13)	(6)

Zgoščen konsolidirani izkaz vseobsegajočega donosa

v tisoč EUR	1-9 2011	1-9 2010
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	27.049	27.945
Drugi vseobsegajoči donos		
Tečajne razlike pri prevedbi tujih podjetij	2.714	(21.170)
Sprememba poštene vrednosti za prodajo razpoložljivih finančnih sredstev	-	(1.105)
Sprememba v efektivnem delu dobičkov in izgub iz instrumentov za varovanje pred tveganjem v varovanju denarnih tokov pred tveganjem	(2.376)	1.088
Sprememba poštene vrednosti nepremičnin	-	19.864
Odloženi davki	636	(3.910)
Drugi vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	974	(5.233)
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	28.023	22.712
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja, ki se nanaša na:		
Lastnike obvladujočega podjetja	28.040	22.716
Neobvladujoči delež	(17)	(4)

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
Stanje 1. januarja 2010	157.129	198.872	(3.235)	270.194	186.029	8.697	21.232	(33.782)	805.136	254	805.390
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja											
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	27.951	-	27.951	(6)	27.945
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	12.745	3.193	-	(21.172)	(5.234)	2	(5.232)
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	12.745	3.193	27.951	(21.172)	22.717	(4)	22.713
Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu											
Prispevki lastnikov in razdelitve lastnikom											
Izplačilo dividend	-	-	-	-	-	(26.807)	-	-	(26.807)	-	(26.807)
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	21.232	(21.232)	-	-	-	-
Skupaj prispevki lastnikov in razdelitve lastnikom	-	-	-	-	-	(5.575)	(21.232)	-	(26.807)	-	(26.807)
Skupaj transakcije z lastniki	-	-	-	-	-	(5.575)	(21.232)	-	(26.807)	-	(26.807)
Stanje 30. septembra 2010	157.129	198.872	(3.235)	270.194	198.774	6.315	27.951	(54.954)	801.046	250	801.296

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
Stanje 1. januarja 2011	157.129	198.872	(3.235)	270.194	200.187	6.671	30.396	(62.295)	797.919	246	798.165
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja											
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	27.062	-	27.062	(13)	27.049
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	(4.024)	2.284	-	2.718	978	(4)	974
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	(4.024)	2.284	27.062	2.718	28.040	(17)	28.023
Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu											
Prispevki lastnikov in razdelitve lastnikom											
Izplačilo dividend	-	-	-	-	-	(29.785)	-	-	(29.785)	-	(29.785)
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	30.396	(30.396)	-	-	-	-
Skupaj prispevki lastnikov in razdelitve lastnikom	-	-	-	-	-	611	(30.396)	-	(29.785)	-	(29.785)
Spremembe lastniških deležev v odvisnih družbah, ki ne povzročijo izgube obvladovanja											
Prodaja družbe	-	-	-	-	(1.969)	-	-	-	(1.969)	-	(1.969)
Skupaj transakcije z lastniki	-	-	-	-	(1.969)	611	(30.396)	-	(31.754)	-	(31.754)
Stanje 30. septembra 2011	157.129	198.872	(3.235)	270.194	194.194	9.566	27.062	(59.577)	794.205	229	794.434

Zgoščen konsolidirani izkaz denarnih tokov

v tisoč EUR

	1-9 2011	1-9 2010
Denarni tokovi pri poslovanju		
Kosmati denarni tok iz poslovanja	130.602	129.886
Sprememba zalog	1.945	7.877
Sprememba poslovnih in drugih terjatev	(43.092)	(91.522)
Sprememba poslovnih in drugih obveznosti	(72.028)	66.323
	17.427	112.564
Izdatki za obresti	(39.347)	(32.930)
Izdatki za davke	(8.656)	(9.019)
Denar ustvarjen pri poslovanju	(30.576)	70.615
Denarni tokovi pri naložbenju		
Izdatki za prevzem odvisnega podjetja brez pridobljenih denarnih sredstev	(2.201)	-
Izdatki za nakup nepremičnin, naprav in opreme ter naložbenih nepremičnin	(82.338)	(57.984)
Izdatki za nakup neopredmetenih sredstev	(3.126)	(6.823)
Izdatki za dana posojila in depozite	-	(43.472)
Prejemki pri odtujitvi nepremičnin, naprav in opreme in naložbenih nepremičnin	6.773	7.295
Prejemki pri odtujitvi neopredmetenih sredstev	1	675
Prejemki od odtujitve odvisnega podjetja brez odtujenih denarnih sredstev	9.985	-
Prejemki iz obresti	2.957	2.424
Prejete dividende	54	-
Prejemki od danih posojil in depozitov	27.166	3.018
Denar, uporabljen pri naložbenju	(40.729)	(94.866)
Denarni tokovi pri financiranju		
Prejemki (izdatki) pri prejetih posojilih	95.261	50.746
Izdatki za dividende delničarjev	(30.022)	(26.807)
Denar, ustvarjen pri financiranju	65.239	23.939
Neto (zmanjšanje) povečanje denarja in denarnih ustreznikov	(6.066)	(313)
Denar in denarni ustrezniki na začetku leta	20.766	16.844
Učinki sprememb deviznih tečajev na denar in denarne ustreznike	583	(990)
Denar in denarni ustrezniki na koncu leta	15.283	15.542

Pojasnila k zgoščenim konsolidiranim medletnim računovodskim izkazom

Pojasnila k zgoščenemu konsolidiranemu izkazu poslovnega izida

Prihodki iz prodaje

Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 ustvarila 2.175.723 tisoč EUR prihodkov iz prodaje, kar glede na obdobje 1-9 2010 pomeni 6,7-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 iz prodaje so se v Sloveniji zvišali za 0,8 odstotka, v tujini pa rast znaša 16,2 odstotka.

Stroški prodaje

Stroški prodaje Skupine Mercator, ki vključujejo nabavno vrednost prodanega blaga, proizvodne stroške, stroške prodajanja in druge poslovne odhodke, so v obdobju 1-9 2011 znašali 2.040.382 tisoč EUR. Strošek amortizacije je v obdobju 1-9 2011 znašal 60.883 tisoč EUR, v enakem obdobju lani pa 58.597 tisoč EUR.

Bruto dobiček

Bruto dobiček je v obdobju 1-9 2011 realiziran v višini 135.341 tisoč EUR. Delež bruto dobička v prihodkih iz prodaje znaša 6,2 %. Skupina Mercator je v obravnavanem obdobju z namenom ohranjanja kupne moči potrošnikov investirala znatne zneske 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 1-9 2011 v primerjavi z enakim obdobjem lani.

Stroški splošnih dejavnosti

Stroški splošnih dejavnosti Skupine Mercator v obdobju 1-9 2011 znašajo 77.630 tisoč EUR, kar je 3,1 % več kot v obdobju 1-9 2010. Zaostajanje stroškov splošnih dejavnosti je posledica aktivnosti za racionalizacijo poslovanja v zahtevnih gospodarskih razmerah.

Poslovni izid iz poslovanja

Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 ustvarila 72.142 tisoč EUR dobička iz poslovanja, kar je za 7,6 % manj kot v obdobju 1-9 2010.

Finančni prihodki in odhodki

Finančni prihodki znašajo 5.777 tisoč EUR in se v največji meri nanašajo na prihodke od rednih obresti iz financiranja.

Finančni odhodki znašajo v opazovanem obdobju 41.734 tisoč EUR in se nanašajo predvsem na odhodke od rednih obresti posojil poslovnih bank.

Poslovni izid pred obdavčitvijo

Skupina Mercator je v obdobju 1-9 2011 ustvarila 36.185 tisoč EUR poslovnega izida pred obdavčitvijo, kar predstavlja znižanje za 1,1 % glede na obdobje 1-9 2010.

Čisti poslovni izid obračunskega obdobja

Čisti dobiček Skupine Mercator za obdobje 1-9 2011 znaša 27.049 tisoč EUR, kar je 3,2 % manj kot enako obdobje lani.

Kosmati denarni tok iz poslovanja

Kosmati denarni tok iz poslovanja Skupine Mercator v obdobju 1-9 2011 znaša 130.602 tisoč EUR, kar je za 0,6 % več kot v obdobju 1-9 2010.

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 1-9 2011 znaša 162.928 tisoč EUR in je za 4,7 % višji kot v obdobju 1-9 2010.

Pojasnila k zgoščenemu konsolidiranemu izkazu finančnega položaja

Sredstva

Sredstva Skupine Mercator so na dan 30.9.2011 znašala 2.640.415 tisoč EUR in so se glede na konec leta 2010 povečala za 31.561 tisoč EUR.

Vrednost dolgoročnih sredstev Skupine Mercator na dan 30.9.2011 znaša 2.035.285 tisoč EUR, kar je za 18.565 tisoč EUR več kot je znašalo stanje na dan 31.12.2010. Največji delež v dolgoročnih sredstvih predstavljajo osnovna sredstva in sicer 96,1 % (1.956.272 tisoč EUR), katerih vrednost je za 29.324 tisoč EUR višja od stanja konec leta 2010; sprememba vrednosti se v obdobju 1-9 2011 nanaša na naložbe, amortizacijo in odprodajo poslovno nepotrebnih osnovnih sredstev.

Vrednost kratkoročnih sredstev Skupine Mercator na dan 30.9.2011 znaša 605.130 tisoč EUR, kar je za 12.996 tisoč EUR več kot znaša stanje konec leta 2010. Največji delež predstavljajo zaloge (52,1 %) ter terjatve do kupcev in druge terjatve (44,7 %).

Kapital in obveznosti

Kapital Skupine Mercator na dan 30.9.2011 znaša 794.434 tisoč EUR, kar je za 3.731 tisoč EUR oziroma 0,5 % manj kot znaša stanje konec leta 2010; zmanjšanje se nanaša predvsem na izplačilo dividend.

Na dan 30.9.2011 znašajo celotne finančne obveznosti 1.176.254 tisoč EUR, kar je za 106.026 tisoč EUR več, kot znaša stanje konec leta 2010. Neto finančni dolg Skupine Mercator, izračunan kot razlika med finančnimi obveznostmi in finančnimi sredstvi Skupine Mercator, na dan 30.9.2011 znaša 1.093.323 tisoč EUR (31.12.2010: 949.081 tisoč EUR). Povečanje finančnih obveznosti je posledica medletne dinamike v trgovski dejavnosti.

Na dan 30.9.2011 znaša stanje rezervacij 32.686 tisoč EUR. Glede na stanje konec leta 2010 so se rezervacije zmanjšale za 3.023 tisoč EUR.

Poslovne in druge obveznosti na dan 30.9.2011 znašajo 582.339 tisoč EUR in so se glede na stanje konec leta 2010 zmanjšale za 62.774 tisoč EUR. Zmanjšanje poslovnih obveznosti je posledica medletne dinamike v trgovski dejavnosti.

Na dan 30.9.2011 je dolgoročna pokritost dolgoročnih sredstev z dolgoročnimi viri v Skupini Mercator znašala 85,3 %, kar je za 7,8 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, Bolgariji, Albaniji, na Kosovu in v Makedoniji.

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

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

	30.9.2011	31.12.2010	30.9.2010
SREDSTVA			
Dolgoročna sredstva			
Nepremičnine, naprave in oprema	1.002.580	1.014.704	1.018.843
Naložbene nepremičnine	3.615	3.894	3.942
Neopredmetena sredstva	9.317	9.652	9.526
Odložene terjatve za davek	8.503	8.216	8.133
Dana posojila in depoziti	952	286	237
Naložbe v kapital podjetij v skupini	618.659	618.813	613.580
Za prodajo razpoložljiva finančna sredstva	3.557	3.547	3.960
	1.647.182	1.659.112	1.658.222
Kratkoročna sredstva			
Zaloge	146.963	153.926	138.688
Terjatve do kupcev in druge terjatve	181.385	158.906	179.835
Terjatve za odmerjeni davek	7.198	5	-
Dana posojila in depoziti	40.983	48.849	11.007
Izpeljani finančni inštrumenti	225	70	110
Denar in denarni ustrezniki	4.211	3.829	1.282
	380.965	365.585	330.922
Skupaj sredstva	2.028.147	2.024.697	1.989.144
KAPITAL			
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	238.013
Rezerva za pošteno vrednost	187.864	194.435	179.751
Preneseni čisti poslovni izid	12.620	3.612	3.093
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	34.279	36.806	34.424
	825.544	825.634	808.046
OBVEZNOSTI			
Dolgoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	2.447	2.447	2.872
Finančne obveznosti	647.477	456.547	340.144
Odložene obveznosti za davek	40.051	40.814	40.569
Rezervacije	27.102	29.459	28.265
	717.077	529.267	411.849
Kratkoročne obveznosti			
Poslovne in druge obveznosti	301.235	341.239	302.993
Obveznosti za odmerjeni davek	7.341	5.759	5.736
Finančne obveznosti	172.726	320.320	457.290
Izpeljani finančni inštrumenti	4.224	2.478	3.229
	485.526	669.796	769.248
Skupaj obveznosti	1.202.603	1.199.063	1.181.098
Skupaj kapital in obveznosti	2.028.147	2.024.697	1.989.144

Zgoščen izkaz poslovnega izida

v tisoč EUR

	1-9 2011	1-9 2010
Prihodki iz prodaje	1.210.405	1.239.647
Stroški prodaje	(1.108.220)	(1.123.076)
Bruto dobiček	102.185	116.571
Stroški splošnih dejavnosti	(41.408)	(47.724)
Drugi poslovni prihodki	9.346	9.178
Poslovni izid iz poslovanja	70.123	78.025
Finančni prihodki	8.461	2.425
Finančni odhodki	(36.660)	(37.488)
Neto finančni odhodki	(28.199)	(35.063)
Poslovni izid pred obdavčitvijo	41.924	42.963
Davek	(7.645)	(8.539)
Poslovni izid obračunskega obdobja	34.279	34.424

Zgoščen izkaz vseobsegajočega donosa

v tisoč EUR

	1-9 2011	1-9 2010
Čisti poslovni izid obračunskega obdobja	34.279	34.424
Drugi vseobsegajoči donos		
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	(2.376)	1.088
Sprememba poštene vrednosti nepremičnin	-	17.850
Odloženi davki	773	(3.585)
Druge spremembe	(2.981)	-
Drugi vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	(4.584)	14.341
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	29.695	48.764

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
Stanje 1. januarja 2010	157.129	198.872	(3.235)	238.013	168.156	7.872	19.281	786.088
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja								
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	34.424	34.424
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	11.594	2.746	-	14.341
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	11.594	2.746	34.424	48.764
Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu								
Izplačilo dividend	-	-	-	-	-	(26.807)	-	(26.807)
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	19.281	(19.281)	-
Stanje 30. septembra 2010	157.129	198.872	(3.235)	238.013	179.751	3.093	34.424	808.046

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
Stanje 1. januarja 2011	157.129	198.872	(3.235)	238.015	194.435	3.612	36.806	825.634
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja								
Poslovni izid obračunskega obdobja	-	-	-	-	-	-	34.279	34.279
Drugi vseobsegajoči donos	-	-	-	-	(6.571)	1.987	-	(4.584)
Celotni vseobsegajoči donos obračunskega obdobja	-	-	-	-	(6.571)	1.987	34.279	29.695
Transakcije z lastniki (ko delujejo kot lastniki), ki se neposredno pripoznajo v kapitalu								
Izplačilo dividend	-	-	-	-	-	(29.785)	-	(29.785)
Prenos čistega poslovnega izida preteklega leta v preneseni poslovni izid	-	-	-	-	-	36.806	(36.806)	-
Stanje 30. septembra 2011	157.129	198.872	(3.235)	238.015	187.864	12.620	34.279	825.544

Zgoščen izkaz denarnih tokov

v tisoč EUR

	1-9 2011	1-9 2010
Denarni tokovi pri poslovanju		
Kosmati denarni tok iz poslovanja	97.584	102.058
Sprememba zalog	6.963	39.402
Sprememba poslovnih in drugih terjatev	(39.186)	(46.144)
Sprememba poslovnih in drugih obveznosti	(30.959)	(42.962)
Izdatki za obresti	(35.801)	(34.676)
Izdatki za davke	(7.341)	(8.768)
Denar ustvarjen pri poslovanju	(8.740)	8.911
Denarni tokovi pri naložbenju		
Izdatki za prevzem odvisnih družb	(8.889)	(26.403)
Izdatki za nakup nepremičnin, naprav in opreme ter naložbenih nepremičnin	(18.736)	(24.210)
Izdatki za nakup neopredmetenih sredstev (Izdatki)/prejemki za dana posojila in depozite	(2.408)	(1.242)
Prejemki pri odtujitvi odvisnega podjetja	7.199	(77.503)
Prejemki pri odtujitvi nepremičnin, naprav in opreme in naložbenih nepremičnin	10.000	-
Prejemki pri odtujitvi neopredmetenih sredstev	4.552	9.555
Prejemki iz obresti	-	4
Prejete dividende	4.035	2.121
Prejemki od danih depozitov	54	-
Denar, uporabljen pri naložbenju	(4.193)	(50.160)
Denarni tokovi pri financiranju		
Prejemki pri prejetih posojilih	43.337	70.061
Izdatki za dividende delničarjev	(30.022)	(29.987)
Denar, ustvarjen pri financiranju	13.315	40.074
Neto (zmanjšanje)/ povečanje denarja in denarnih ustreznikov	382	(1.175)
Denar in denarni ustrezniki na začetku leta	3.829	2.457
Denar in denarni ustrezniki na koncu leta	4.211	1.282

Pojasnila k zgoščenim medletnim računovodskim izkazom

Pojasnila k zgoščenemu izkazu poslovnega izida

Prihodki iz prodaje

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je v obdobju 1-9 2011 ustvarila 1.210.405 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 1-9 2011 znašali 1.108.220 tisoč EUR.

Bruto dobiček

Bruto dobiček je v obdobju 1-9 2011 realiziran v višini 102.185 tisoč EUR. Delež bruto dobička v prihodkih iz prodaje znaša 8,4 %.

Stroški splošnih dejavnosti

Stroški splošnih dejavnosti družbe v obdobju 1-9 2011 znašajo 41.408 tisoč EUR.

Poslovni izid iz poslovanja

Družba je v obdobju 1-9 2011 ustvarila 70.123 tisoč EUR dobička iz poslovanja.

Finančni prihodki in odhodki

Finančni prihodki znašajo 8.461 tisoč EUR. Prihodki se v največji meri nanašajo na prihodke od rednih obresti iz financiranja.

Finančni odhodki znašajo v opazovanem obdobju 36.660 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 1-9 2011 ustvarila 41.924 tisoč EUR poslovnega izida pred obdavčitvijo, čisti dobiček pa je znašal 34.279 tisoč EUR.

Pojasnila k zgoščenemu izkazu finančnega položaja

Sredstva

Sredstva družbe so na dan 30.9.2011 znašala 2.028.147 tisoč EUR in so se glede na konec leta 2010 povečala za 3.450 tisoč EUR.

Vrednost dolgoročnih sredstev družbe na dan 30.9.2011 znaša 1.647.182 tisoč EUR, kar je za 11.930 tisoč EUR manj kot je znašalo stanje na dan 31.12.2010. Največji delež v dolgoročnih sredstvih predstavljajo osnovna sredstva, in sicer 61,7 % (1.015.511 tisoč EUR), katerih vrednost je za 12.739 tisoč EUR nižja od stanja konec leta 2010; sprememba vrednosti se v obdobju 1-9 2011 nanaša na naložbe, amortizacijo in odprodajo poslovno nepotrebnih osnovnih sredstev.

Vrednost kratkoročnih sredstev družbe na dan 30.9.2011 znaša 380.965 tisoč EUR, kar je za 15.380 tisoč EUR več kot znaša stanje konec leta 2010. Največji delež predstavljajo zaloge (38,6 %) ter terjatve do kupcev in druge terjatve (47,6 %).

Kapital in obveznosti

Kapital družbe na dan 30.9.2011 znaša 825.544 tisoč EUR.

Na dan 30.9.2011 znašajo celotne finančne obveznosti 820.203 tisoč EUR, kar je za 43.336 tisoč EUR več, kot znaša stanje konec leta 2010.

Na dan 30.9.2011 znaša stanje rezervacij 27.102 tisoč EUR. Glede na stanje konec leta 2010 so se rezervacije zmanjšale za 2.357 tisoč EUR.

Poslovne in druge obveznosti na dan 30.9.2011 znašajo 303.682 tisoč EUR in so se glede na stanje konec leta 2010 zmanjšale za 40.004 tisoč EUR. Zmanjšanje poslovnih obveznosti je posledica medletne dinamike v trgovski dejavnosti.

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, 3. november 2011