



55 let v družbi prijetnih ljudi
Mercator

Na podlagi določb Zakona o trgu vrednostnih papirjev (ZTVPP – 1, Ur. l. RS št. 56/99) in Pravil Ljubljanske borze vrednostnih papirjev, d.d., družba Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana, objavlja naslednje sporočilo za javnost:

OCENA POSLOVANJA DRUŽBE POSLOVNI SISTEM MERCATOR, D.D., IN SKUPINE MERCATOR ZA LETO 2004 TER GOSPODARSKI NAČRT ZA LETO 2005

Nadzorni svet družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., je na svoji seji dne 14.12.2004 sprejel Gospodarski načrt družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., in Skupine Mercator za leto 2005. Povzetek Gospodarskega načrta za leto 2005 je podan v nadaljevanju.

Z letom 2004 smo zaključili izjemno uspešno obdobje v razvoju Skupine Mercator, ki se je začelo z letom 1997. Zgradili smo največjo trgovsko verigo v Sloveniji ter si utrli pot med največje in najboljše trgovce na trgih nekdanje Jugoslavije. Svojo poslovno mrežo smo širili tako s prevzemi, kot tudi z investicijami v izgradnjo novih nakupovalnih središč ter dosegali visoke stopnje rasti prodaje, dobička, tržnega deleža in zaposlenih. Obdobje, ki je pred nami, prinaša nove priložnosti, predvsem se bodo trendi na področju trgovine na drobno iz zahodne Evrope prenesli tudi na 'naše' trge, kar se bo odražalo v zaostrenem konkurenčnem boju. Zavedamo se, da trgovina na trgih zahodne Evrope stagnira in da uspešni evropski trgovci iščejo nove priložnosti na trgih z visokim razvojnim potencialom – to pa so trgi na področju jugo-vzhodne Evrope. Pričakujemo, da bo prihajajoče obdobje zaznamovala umirjena, a stabilna rast. Naši naporji bodo usmerjeni v doseganje dolgoročnega in stabilnega razvoja, ki bo temeljil predvsem na novih investicijah ter na iskanju novih priložnosti v okolju. Kljub prevladujočim in zaostrenim razmeram na trgu, naši cilji še vedno ostajajo ambiciozni.

V letu 2005 bomo tako nadaljevali z načrtano poslovno strategijo in v ospredje še naprej postavljali ljudi, naše kupce, katerim bomo zagotavljali najboljšo ponudbo in storitev v vseh Mercatorjevih prodajalnah, na vseh trgih delovanja, in največjo vrednost za njihov denar. S tem bomo ohranjali zvestobo naših kupcev, kljub obstoječi in na novo prihajajoči konkurenci.

Z odzivanjem na potrebe širšega okolja bomo nadaljevali z uresničevanjem družbeno-socialne vloge, z donatorskimi sredstvi bomo gradili in negovali medčloveške odnose ter razvijali in

krepi dejavnosti lokalnega in nacionalnega pomena na različnih področjih življenja. Skupina Mercator želi pomagati vedno, ko gre za kakovost življenja.

V poslanstvu Mercatorja je zapisano, da ljudem prinašamo najboljšo kakovost, izbiro in udobje za njihov denar.

Naša vizija je, da želimo biti vodilni trgovec na trgih jugo-vzhodne Evrope. Na vseh trgih delovanja želimo kupcem zagotoviti enak standard ponudbe in storitve, povečati poslovno učinkovitost ter dosegati raven poslovne uspešnosti najboljših evropskih trgovskih verig.

1. Pregled ključnih načrtovanih aktivnosti za leto 2005

- ➔ Skrb za zadovoljstvo kupcev in pridobivanje novih kupcev: zavedamo se, da je zadovoljen kupec rezultat številnih aktivnosti, predvsem pa skrbnega in negovanega odnosa in visoke ravni storitve. Našim kupcem želimo ponuditi najboljšo kakovost, izbiro in udobje za njihov denar, želimo jih razveseljovati in prijetno presenečati. To bomo dosegali z razvojem in nadaljnjo širitvijo linij trgovske znamke Mercator (do konca leta 2005 želimo imeti več kot 800 izdelkov v okviru trgovske znamke in z njihovo prodajo ustvariti 13 % delež v skupni prodaji), z oblikovanjem številnih trženjskih aktivnosti – Trajno nizke cene, nacionalne košarice, redne akcije, dogodki in prireditve idr., z razvijanjem novih prodajnih formatov in razvojem specializiranih trgovskih verig.
- ➔ Nadgrajevali bomo sistem zvestobe, ki temelji na plačilni (zeleni in zlati) ter gotovinski (modri) Pika kartici. Želimo, da Pika kartica postane «prva kartica v denarnici», zato poleg aktivnosti, ki kupcem omogočajo še ugodnejše nakupovanje v Mercatorju, razvijamo tudi partnerstva s podjetji iz drugih storitvenih dejavnosti (turizem, telekomunikacije, založništvo, gorivo idr.), s ciljem omogočiti čim širšo uporabo Pika kartice in pridobivanje bonitet. Na tem področju bo imelo poleg dosedanjih partnerjev vsekakor velik pomen tudi pred kratkim sklenjeno partnerstvo s Petrolom. Do konca leta 2005 želimo imeti več kot 700.000 imetnikov Pika kartice na vseh trgih našega delovanja, na nove trge pa želimo vpeljati tudi plačilno kartico Pika.
- ➔ Nadaljevanje procesov racionalizacije poslovanja, reorganizacije Skupine Mercator in konsolidacije dejavnosti trgovine. Cilj je v vsaki državi eno trgovsko podjetje v dejavnosti market programa (v Sloveniji bomo imeli družbi Poslovni sistem Mercator, d.d., in Mercator – SVS, d.d.). V letu 2004 smo zaradi pripojitev družb izplačali približno 1 mlrd SIT odpravnine približno 400 zaposlenim, kar nas čaka tudi v letu 2005. Nadaljnja racionalizacija bo pomenila prihranke na ravni Skupine Mercator in je nujna za nadomeščanje pričakovanega zniževanja razlike v ceni v prihodnjih letih.

- ➔ Pospešena izgradnja trgovskih objektov na vseh novih trgih ter analiza tržišč Makedonije, Bolgarije, Romunije, Moldavije in Ukrajine.
- ➔ Nadaljnje širjenje in razvoj Mercatorjevih specializiranih verig:
 - **Veriga Intersport** je največja globalna veriga s športnimi izdelki, Mercator pa je nosilec licence za Intersport za slovenski, hrvaški, bosanski in srbski trg. Na slovenskem trgu je trenutno drugi trgovec s športnimi izdelki. Cilj verige na slovenskem trgu je približati se vodilnemu na trgu – Hervis-u. Na novih trgih želimo postati vodilni trgovec s športnimi izdelki.
 - Cilj Mercatorjeve **tekstilne verige, Modne hiše**, je tudi na slovenskem trgu predstaviti format Avenija Mode, ki v ponudbi vključuje oblačila priznanih blagovnih znamk srednjega in višjega cenovnega razreda ter jih bomo razvijali v največjih mestih na vseh trgih in v vseh večjih Mercator Centrih. Trgu želimo predstaviti tudi nov prodajni format – prodajalno za moške s celovito ponudbo oblačil, čevljev in modnih dodatkov za moške, saj ugotavljamo, da to področje predstavlja tržno nišo. V okoljih, kjer ugotavljamo, da so kupci cenovno bolj občutljivi in kjer je kupna moč na splošno nižja, bomo razvijali prodajalne tipa Modiana outlet z odprodajo oblačil preteklih sezon po ugodnih cenah. Vizija Mercator Modne hiše je ostati vodilni trgovec s tekstilnimi izdelki v Sloveniji ter postati pomemben trgovec s tekstilom, kjer Mercator širi svojo maloprodajno mrežo. Prav tako želimo biti prepoznaven trgovec v segmentu drogerij in parfumerij, kar pomeni, da bomo pod streho Modne hiše v letu 2005 prevzeli tudi verigo **Beautique**.
 - Skladno s sprejeto trženjsko strategijo **Tehnične verige Mercator** bomo po uspešnem oblikovanju verige v prihodnjem obdobju nadaljevali s konsolidacijo maloprodajne mreže, prenovo obstoječih in rentabilnih prodajaln, diferenciacijo prodajnih formatov ter zapiranjem nerentabilnih prodajaln. Gradili in razvijali bomo nakupovalne centre Tehnične verige kot samostojne objekte ali kot dopolnilno ponudbo Mercator Centrov. Še naprej bomo iskali tudi strateškega partnerja, s čimer želimo zagotoviti in optimizirati nabavne vire, ter zagotoviti globalno konkurenčnost, tako ponudbe kot tudi cen in storitve.
 - S širjenjem novega prodajnega formata **Hura! diskontov** bomo v Sloveniji intenzivno nadaljevali tudi v prihodnjem letu, prav tako želimo Hura! diskonte čimprej predstaviti tudi na novih trgih.
- ➔ Nadaljevanje vpeljave procesa Upravljanje z blagovnimi skupinami, s čimer bomo našim kupcem zagotovili pravo ponudbo na pravem mestu, ob pravem času, v primernem obsegu in po primerni ceni. Na tem področju bo zelo pomembno ohranjanje in nadgrajevanje partnerskega odnosa s proizvajalci na lokalnih trgih in z

največjimi svetovnimi proizvajalci. Skupaj s strateškimi partnerji je naš cilj oblikovati v prodajalnah ponudbo, ki odraža potrebe, želje in pričakovanja kupcev.

- ➔ Nadaljevanje z identifikacijo morebitnih nevarnosti, v skladu s sprejeto politiko upravljanja s tveganji in nadzorom kritičnih dejavnikov, ki bi lahko negativno vplivali na načrtovano poslovanje Skupine Mercator, v skladu s sprejeto politiko upravljanja s tveganji.
- ➔ Vlaganje v zadovoljstvo in izobraževanje zaposlenih, ohranjanje visoke ravni korporacijske kulture in pripadnosti. Zavedamo se, da so in bodo tudi v prihodnje zaposleni naša največja konkurenčna prednost.
- ➔ Povečevanje poslovne uspešnosti in učinkovitosti, zagotavljanje varnih naložb za posojilodajalce in ustvarjanje vrednosti za delničarje.
- ➔ Zagotavljanje globalne konkurenčnosti proizvodnih družb Skupine Mercator.
- ➔ Nadaljevanje pri vztrajanju na legalnem in transparentnem načinu za uspešen prevzem družbe C – Market, a.d., Beograd.
- ➔ Poudarjanje pomena širšega naravnega, družbenega in lokalnega okolja, v katerem Mercator posluje.

2. Ocena poslovanja v letu 2004 in gospodarski načrt za leto 2005

V spodnji tabeli so prikazani ključni ocenjeni podatki o poslovanju družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., in Skupine Mercator v letu 2004 ter ključni načrtovani podatki za leto 2005 .

Podatek	Poslovni sistem Mercator, d.d.			Skupina Mercator		
	2003	Ocena 2004	Plan 2005	2003	Ocena 2004	Plan 2005
Čisti prihodki iz prodaje (v 000 SIT)	161.347.652	219.291.116	260.275.033	331.501.623	370.181.595	383.418.465
Čisti poslovni izid (v 000 SIT)	8.718.461	6.355.167	6.472.954	5.898.590	6.005.743	6.093.907
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo (v 000 SIT)	13.882.782	12.979.366	16.897.900	24.664.668	25.570.055	27.409.837
Naložbe v osnovna sredstva (v 000 SIT)	19.318.122	12.916.947	9.123.765	28.913.452	26.662.581	32.358.428
Naložbe v dolg. fin. naložbe (v 000 SIT)	25.583.878	12.128.223	4.846.993	5.759.423	4.397.725	309.188
Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo na čiste prihodke iz prodaje (v %)	8,6%	5,9%	6,5%	7,4%	6,9%	7,1%
Število zaposlenih po stanju	5.837	8.098	9.881	14.673	15.283	15.600

Opomba: poslovanje Skupine Mercator je načrtovano v skladu s Slovenskimi računovodskimi standardi

3. Pomembnejša pojasnila k načrtovanem poslovanju družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., in Skupine Mercator v letu 2005

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., načrtuje v letu 2005 čiste prihodke iz prodaje v višini 260.275 mio SIT, ki ocenjene za leto 2004 presegajo za 40.984 mio SIT oziroma za 18,7 %. Povečanje se nanaša predvsem na načrtovano odprtje novih Hura! diskontov in ostalih maloprodajnih enot v letu 2005, prenos maloprodajnih in veleprodajnih enot družbe M – Dolenjska, d.d., s 1.1.2005 ter prenos maloprodajnih in veleprodajnih enot družbe M – Goriška, d.d., s 1.4.2005 na družbo Poslovni sistem Mercator, d.d.

Čisti poslovni izid je načrtovan v višini 6.473 mio SIT in je za 1,9 % višji v primerjavi z ocenjenim za leto 2004.

Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo družbe Poslovni sistem Mercator, d.d., brez udeležb v poslovnih izidih odvisnih družb, je za leto 2005 načrtovan v višini 16.898 mio SIT, kar je za 30,2 % več v primerjavi z ocenjenim za leto 2004.

Skupina Mercator načrtuje v letu 2005 čiste prihodke iz prodaje v višini 383.418 mio SIT, ki ocenjene za leto 2004 presegajo za 13.237 mio SIT oziroma za 3,6 %. V trgovski dejavnosti načrtuje Skupina Mercator ustvariti 95,5 % vseh čistih prihodkov iz prodaje, od tega 79,3 % na domačem trgu in 16,2 % na novih trgih. Na novih trgih je načrtovano povečanje čistih prihodkov iz prodaje iz naslova odprtja novih nakupovalnih centrov: MC Zadar in TC Koprivnica na Hrvaškem, TC Zemun in MC Čačak v Srbiji in Črni gori v letu 2005 ter konec leta 2004 odprtih MC Osijek na Hrvaškem in TC Alipašino Polje v Bosni in Hercegovini.

V trgovskih družbah v Sloveniji je načrtovano povečanje čistih prihodkov iz prodaje posledica prevzema družb Alpkomerc Tolmin, d.d., in Emona Maximarket, d.d. v drugi polovici leta 2004, otvoritve 2 Trgovskih centrov Ivančna Gorica in Podpeč konec leta 2004, prenove 4 maloprodajnih enot v letu 2005 ter odprtja 18 prodajaln Hura! diskont do konca leta 2005.

Čisti poslovni izid Skupine Mercator je za leto 2005 načrtovan v višini 6.094 mio SIT, kar je za 1,5 % več v primerjavi z ocenjenim za leto 2004.

Poslovni izid pred davki, obrestmi in amortizacijo načrtuje Skupina Mercator v letu 2005 ustvariti v višini 27.410 mio SIT, oziroma 7,2 % nad ocenjenim za leto 2004.

Naložbe v osnovna sredstva Skupine Mercator so za leto 2005 načrtovane v vrednosti 32.358 mio SIT, od česar se na trgovske družbe nanaša 92,1 %, na netrgovske družbe pa 7,9 %. Za investicije na domačem trgu je predvidenih 50,2 % vseh investicij, za družbe na novih trgih pa 49,8 % vseh investicij Skupine Mercator.

4. Zaključek

V prihodnjem letu bomo v Skupini Mercator nadaljevali z uspešnim poslovanjem. Še bolj intenzivno se bomo usmerjali na procese in aktivnosti za nadaljnje povečevanje uspešnosti in učinkovitosti na vseh področjih našega poslovanja, ohranjali bomo položaj vodilnega trgovca v Sloveniji ter zagotavljali povečevanje konkurenčnih prednosti na vseh trgih našega delovanja.

Skupina Mercator bo tudi v prihodnjem letu kljub povečevanju konkurence in konsolidaciji dejavnosti trgovine ohranila položaj vodilnega trgovca v Sloveniji ter z novimi naložbami in zagotavljanjem kakovostne ter cenovno privlačne ponudbe povečevala tržni delež na novih trgih.

Konkurenca na obstoječih trgih se krepi in povečuje. Na slovenski trg vstopajo tuje verige hard diskontov - Lidl, Eurospin, Hofer. Ravno tako se na hrvaškem trgu konkurenca zastruje na račun vstopa tujih diskontnih verig, na trg pa vstopa tudi Spar. Na srbski trg vstopa drugi največji evropski trgovec, ki razvija format Cash&Carry, Metro. Dodatno nevarnost na novih trgih predstavljajo tudi nerešeni odnosi med državami, ki so posledica političnih nesoglasij, odražajo pa se tudi na področju trgovine, kot npr.: na hrvaškem poziv ljudske iniciative k bojkotu slovenskih izdelkov, zamujanje in zavlačevanje lokalnih skupnosti pri izdaji potrebne dokumentacije v primeru novogradenj in tako posredna zaščita domače trgovine idr. Kljub vsem naštetim nevarnostim in oviram so naši širitveni cilji na novih trgih ambiciozni, iščemo že tudi nove trge za širitev. V ta namen pripravljamo tržne analize za makedonski, bolgarski, romunski, moldavski in ukrajinski trg. Razvoj in kontinuirana rast družbe sta možna le z velikim zaledjem potencialnih kupcev, zato se širimo na nove trge. Kljub temu, da na obstoječih trgih z zaledjem 20 milijonov kupcev še obstaja potencial za našo širitev, želimo vstopiti na nove trge in si tako zagotoviti 50 milijonsko zaledje ljudi. Na nove trge jugovzhodne Evrope pa se širijo tudi vse največje evropske verige, saj so domači trgi zahodne Evrope zasičeni. Na evropskem trgu postajajo trgi jugovzhodne Evrope edini trgi, ki trgovcem ponujajo možnosti in potencial za širitev in bodo v prihajajočem obdobju postali pravo 'bojišče' za delitev tržnih deležev. V primeru, da bodo analizirane priložnosti za širjenje maloprodajne mreže na nove trge po vseh ocenah kazale izjemne učinke na poslovanje, bomo uporabili možnost, določeno v statutu družbe, t.j. institut odobrenega povečanja kapitala, ki nam jo je odobrila skupščina delničarjev leta 2002.

Uprava ocenjuje, da bosta družba Poslovni sistem Mercator, d.d., in Skupina Mercator kljub zaostrenim konkurenčnim razmeram na trgih, kjer poslujemo, v letu 2005 poslovali uspešno ter v skladu z zastavljenimi cilji stremeli k čim boljšemu doseganju poslovne uspešnosti in učinkovitosti najboljših evropskih trgovskih verig ter k uresničevanju našega poslanstva, ki je: **ljudeм prinašamo najboljšo kakovost, izbiro in udobje za njihov denar.**

Poslovni sistem Mercator d.d.

Uprava