



Mercator

St. 4, april 1998
Časopis Poslovnega sistema Mercator





Društvo
ZA SRCE
podeljuje
**ZNAK
VAROVALNEGA ŽIVILA**



VARUJE ZDRAVJE

Mercator - Pekarna Grosuplje, d.d.
ovseni kruh

na predlog komisije za podeljevanje prehrabene kolektivne znamke.
Znak varovalnega živila podeljujemo živilom in živilskim izdelkom
ter pijačam, ki so priporočljiva za zdravje

Ljubljana, 26. marec 1998


Predsednik
Komisije za podeljevanje
prehrabene kolektivne znamke
prof. dr. Dražgost Pokorn


Predsednik
Društva za zdravje srca in ožilja
prof. dr. Josip Turk

**Pekarna
Grosuplje**

KAZALO

na kratko

stran 4

aktualno

**O Mercator Centru Koper
z Borisom Požarjem,
direktorjem Mercator Dergo**

stran 6

intervju intervju

Uspeh podjetja v največji meri odvisen od ljudi

pogovor s Štefanom Plankarjem, direktorjem Mercator Pekarne Grosuplje

stran 8

Branje za znanje

Zakon o varstvu potrošnikov

stran 11

mercator moje dežele

**Najboljši sosed v novi obleki v Hrastniku,
Ljubljani in Ptuj**

strani 14 - 19

**Sejem Alpe Adria
Belokranjci gostje M kartice**

stran 20

»Ljubljana in Veselje«

Majhna galerija velikih imen

stran 22

Moda, zelena stran, križanka

strani 24 - 26

Časopis Poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana,
Dunajska cesta 107.

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvo, Ljubljana,
Dunajska 107, telefon 061/1683-205.

Urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Cortec Ljubljana

Tisk: TČR, Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokojen-
ci Poslovnega sistema Mercator.

Naklada: 10.800 izvodov.

Po mnenju pristojnega republiškega organa se od časopisa
plačuje 5-% prometni davek.

**Hej, tovarišija,
še pomniš,
da je 1. maj delavski praznik ?**

**Pred tovarniškimi vrati
delavec nenadoma obstane
za rokav ga je pocukal lepi dan
in ko se obrne
in pogleda sonce
oblo in rdeče
na svinčenem nebesu žareče
po domače pomežikne
mu z očesom
in mu vzklikne Hej tovariš
kaj se ti ne zdi
da je velik teleban
kdor za tuj dobiček izgubi
tak lep dan?**

(Izgubljeni čas, Jacques Prevert, prevedel Janez Menart)



Podpis sponzorske pogodbe

Sredi marca sta predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Janković in direktor Cankarjevega doma v Ljubljani Mitja Rotovnik podpisala pogodbo o sponzoriranju koncertov Zlatega abonmaja.

Sicer pa je Mercatorjeva uprava v zvezi s sponzoriranjem in donatorstvom sprejela odločitev, da sredstva za te namene v letošnjem letu ne smejo preseči sredstev, ki smo jih za iste namene porabili v letu 1997. Odločitev velja za vse družbe v Mercatorju.

na kratko

na kratko

DEL REGRESA BO OZIROMA JE IZPLAČAN V VREDNOSTNIH BONIH

Glede na to, da bo velik del sredstev za regres za letni dopust izplačan ob prvomajskih praznikih, je Uprava Mercatorja na seji 7. aprila letos obravnavala način izplačila regresa za letni dopust.

V zvezi s tem je sklenila, da se vsem zaposlenim v Poslovnem sistemu Mercator, d.d. (priporočilo pa velja za vse koncernske družbe) regres izplača na enak način. Del pripadajočega neto izplačila se v višini 25.000 tolarjev izplača v vrednostnih bonih.

Uprava je odločitev utemeljila z naslednjim:

- v sklop prizadevanj, da se v letošnjem letu poenoti plačni sistem in poenotijo druge materialne pravice zaposlenih, ki jim gredo na osnovi splošne kolektivne pogodbe, sodi tudi poenotenje načina izplačila regresa za letni dopust v Poslovnem sistemu Mercator;
- na osnovi obsega sredstev, ki bodo v celotnem koncernu namenjena izplačilu regresa za letni dopust, je uprava kot primerno ocenila, da se del sredstev, namenjenih porabi, preko Mercatorjeve trgovske mreže prelije nazaj v Mercator in se tako tudi na ta način s strani vseh zaposlenih aktivno podprejo prizadevanja za uresničitev ciljev letošnjega gospodarskega načrta.

S takim načinom izplačila regresa nista v ničemer okrnjena niti pravica do izplačila, niti višina, v kateri bo regres v posamezni družbi izplačan.

DAN MERCATORJA - 13. JUNIJ NEKOLIKO DRUGAČE

Letošnji Dan Mercatorja bomo začeli nekoliko drugače: v neposredni bližini osrednjega prireditvenega prostora gredo h koncu dela na največjem Mercatorjevem trgovskem objektu - Mercator Centru Koper. 13. junija, ko bomo skupaj praznovali svoj dan, bodo v Centru potekala zaključna dela predvsem pa bo v polnem zamahu "polnitev" našega hipermarketa.

Ker gre za največji in prvi Mercatorjev objekt tolikšne razsežnosti, je prav, da si ga udeleženci tako zaključnih športnih prireditev kot tudi udeleženci Dneva Mercatorja, skupaj ogledamo v čim večjem številu.

Zato vabimo vse, ki se nameravajo v organiziranih skupinah udeležiti Dneva Mercatorja v Kopru, da se do 10. ure zberemo na ploščadi pred objektom, kjer nas bo pozdravil predsednik Mercatorjeve uprave skupaj s predstavniki Mercator Degoja. Uvodna prireditev bo trajala največ eno uro, tako da bo ostalo še dovolj časa za načrtovane izlete po Obali in njeni notranjosti. Sicer pa bomo natančnejši scenarij celotne prireditve s prijavi za okvirno število udeležencev, poslali vsem družbam in kmetijskim zadruham v zadnjih dneh maja.

PONUJENA POMOČ OB POTRESU

Mercator je takoj po pozivu za pomoč žrtvam potresa, za prizadeto območje namenil prehrabne izdelke v vrednosti 2 milijona tolarjev. Obenem pa za nastanitev ponudil svoj apartma v kaninski vasi.

na kratko

ANKETA O ZADOVOLJSTVU KUPCEV Z MERCATORJEM

Kot smo objavili v prejšnji številki časopisa, smo merili zadovoljstvo kupcev z nami. Udeležencem ankete, smo za njihovo sodelovanje obljubili nagrade. Srečneže bo izbral žreb 24. aprila ob 12. uri na prireditvi, ki bo pred nakupovalnim centrom v Krškem.

na kratko

Začetek 20. Mercatoriade z goli in lučaji

Prvi zadetki na nogometnih tekmah bodo padali 18. aprila v športnem parku Kodeljevo v Ljubljani.

Istega dne se bodo začela tudi tekmovanja v kegljanju na kegljišču ŠD Invalid v Ljubljani- lučale bodo predstavnice nežnega spola (pri reševalni postali na Zaloški cesti) in na kegljišču v domu Maksa Perca v Kotnikovi ulici, prav tako v Ljubljani, kjer so bodo med seboj pomerili pripadniki močnejšega dela človeške rase.

Kdo se bo kitil z medaljami, bomo objavili v naslednji številki časopisa.

SEJA NADZORNEGA SVETA

Ljubljana, 22. aprila 1998 - na dnevni red seje nadzornega sveta Poslovnega sistema Mercator so poleg operativnih zadev uvrščeni ner-evidirani podatki o poslovanju Mercatorja v letu 1997, podatki o

tekočem poslovanju v prvih dveh oziroma treh mesecih letošnjega leta s poročilom uprave o njenem delovanju v prvih treh mesecih letošnjega leta, podatki o Mercatorjevi naložbeni in drugi poslovni dejavnosti.

IZKUPIČEK MERCATORJEVEGA PLESA ZA BRILLOVO VRSTICO

Poslovni partnerji, mnogi Ptujčani in drugi prijatelji družbe Mercator SVS, se tradicionalno srečujejo na Mercatorjevem plesu, ki je obogaten z modno revijo. Letošnji, ki je bil sredi marca, je bil še posebej odmeven, ker je bil izkupiček prireditve 250.000 tolarjev namenjen Medobčinskemu društvu slepih in slabovidnih Ptuj kot pomoč za nakup Braillove vrstice.

Modno-plesni večer so zaznamovale številne slovenske missice, ki so nastopale kot manekenke. Sodeč po odmevih v lokalnih medijih je modna revija v mnogočem prekosila ti to, ki je bila ob osrednjem sejmu

mode v Ljubljani. Predvsem je ptujska modna revija ljubljansko zasenčila z odlično koreografijo in sceno.



na kratko



Letošnja pomlad in poletje naj bi bila prava paša za oči, seveda, če bodo prikazani modeli znanih slovenskih konfektionarjev prišli na trgovske - tudi Mercatorjeve police.

Sicer pa sta ples v znamenju Mercatorjeve prijaznosti do vseh ljudi odprla predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Janković in njen član oziroma generalni direktor družbe Mercator SVS Stanislav Brodnjak.



MERCATOR CENTER KOPER

Se še spominjate delovnega imena za velike Mercatorjeve nakupovalne centre? Krpani naj bi bili. Sedaj, ko je prvi največji Mercatorjev nakupovalni center v Kopru že kar nekaj časa pod streho in so pri koncu gradbena dela, je zanj tudi že izbrano ime Mercator Center Koper. O tem, kaj za družbo Mercator Degro ta center pomeni, smo se pogovarjali z direktorjem družbe Borisom Požarjem.



Boris Požar

Dokončanje gradnje, lastništvo, upravljanje in vodenje Mercator Centra Koper je v celoti prenešeno na družbo Mercator Degro. Kaj to za vas pomeni?

"Z vidika obvladovanja tržnega deleža na Obali gre nedvomno za veliko pridobitev. Vendar zadeve ne gre meriti samo s te plati. Prenos vseh zadev, vključno z lastništvom, upravljanjem in vodenjem, ne pomeni samo prevzema operativnega vodenja investicije, temveč predvsem skrb in odgovornost za izpolnjevanje obveznosti, ki iz tega naslova izhajajo. Obenem nam kot osrednjemu oskrbovalcu Centra nalaga temeljito izboljšanje naše sedanje grosistične dejavnosti v smislu organiziranosti, ponudbe, informacijske podpore ter odgovornost za vzgojo in izbiro primernih kadrov. Skratka ne gre samo za odgovornost za 43 milijonov DEM investicijskega denarja, gre za odgovornost za premišljeno, učinkovito in racionalno postavitve vseh poslovnih funkcij v učinkovit splet, tako da bodo omogočile in zagotovile trdna tla za prihodnje poslovanje Mercator Centra Koper in samega Mercator Degroja."

Bo Mercator center Koper odprt do začetka turistične sezone?

"Škoda, da se je gradnja centra sprva vodila iz Ljubljane in naša družba pri sami izgradnji in programski zasnovi centra ni sodelovala od vsega začetka. V sklepni fazi gradnje bi bilo tako manj težav in problemov oziroma bi probleme lahko reševali hitreje in učinkoviteje. Odkar se vse operativne naloge odvijajo v sodelovanju z Mercator Degrojem, gredo stvari hitreje in lažje, kar priznavajo tudi vsi izvajalci. Poleg vodilne ekipe Mercator Centra Koper, tu mislim predvsem na direktorja gospoda Marka Gvardjančiča in svetovalko gospo Amando Worrad s sodelavci, ki je maksimalno angažirana, smo vsaj po nekaj ur dnevno s Centrom okupirani tudi vodilni ljudje v Mercator Degroju. Menim, da je bila poteza Mercatorjeve uprave, da se vse, kar zadeva Center Koper, prenese v Mercator Degro, dobra. Le tako je zagotovljeno, da bo Mercator Center odprt 3. julija 1998. Gradbena dela morajo biti

končana najkasneje do 30. aprila. Do konca maja mora biti nared oprema, v začetku junija pa bomo zavihali rokave pri "polnitvi" hipermarketa. Če bi bili Degrojevi ljudje od vsega začetka vključeni v projekt, bi sočasno reševali tudi probleme povezane s prodajnim programom, logistiko, informatiko in druge, ki niso povezani samo s hipermarktom temveč s celotnim Mercator Centrom Koper."

Izkušeni s hipermarketom v Mercatorju nima še nihče. Orjete ledino. Kako bo funkcioniral?

"Hipermarket, predvsem "market program" bomo 70 % oskrbovali iz našega skladišča. Dopolnilno se bo oskrboval iz skladišča Mercator Trgovine Ljubljana in delno neposredno s strani dobaviteljev. V hipermarketu bo okoli 35.000 različnih izdelkov. Okoli 6000 kvadratnih metrov prodajnih površin v tej največji Mercatorjevi trgovini bo razdeljeno na štiri oddelke: oddelek z živili in dnevno potrebnimi izdelki, oddelek s tehničnimi izdelki (bela tehnika, avdio in akustični aparati, gospodinjski aparati in podobno), otroški oddelek in športni oziroma tekstilni oddelek. Poleg tega bo posebej urejena prodajalna s kozmetičnimi izdelki. Zaenkrat mi manj skrbi povzročča "market program", ker smo nanj razmeroma dobro pripravljeni in imamo ljudi s primernimi izkušnjami. Bolj me skrbi "tehnični program", saj zanj ni bilo ustreznih predpriprav, vendar se stanje tudi tu izboljšuje. Vrednost zalog v hipermarketu ocenjujemo na okoli 400 milijonov tolarjev, ob prometu najmanj 300 milijonov tolarjev mesečno, bi se naložba morala povrniti v 8 letih. Sicer pa mora biti hipermarket v celoti zaznamovan s programsko in cenovno konkurenčno ponudbo. Naše cene bodo morale biti najnižje na Obali, izbira izdelkov pa tako po kakovosti in cenah kar najbolj primerljiva z italijansko. To bomo nekoliko težje dosegli pri ponudbi tehničnih izdelkov. Sprva bo v hipermarketu zaposlenih 125 delavcev."

Na razpis za delo v hipermarketu je prispelo okrog 700 vlog. Opravljena je bila selekcija in zdaj so v teku končne priprave in usposabljanje bodočih zaposlenih.

"Skoraj desetkrat večje število kandidatov od potrebnega števila delavcev, je terjalo temeljito selekcijo. Poleg vodstvenega osebja v hipermarketu, ki bo oziroma je izbrano med najbolj izkušenimi in z največ znanja oboroženimi delavci Mercator Degroja, bomo zaposlili še 80 novih ljudi. Vsi kandidati so šli oziroma gredo skozi štiri različno gosta sita, tako da bodo po končanem izobraževanju in usposabljanju, ostali le najboljši. Zaradi izjemno dobrega sodelovanja s kadrovsko službo v krovnem podjetju, v prvi fazi z gospo Nadjo Šager, v sedanji pa z gospodom Aljošo Prajsom in Jakom Kmetom, je prav na področju uposabljanja in pripravljanja kadrov za delo v hipermarketu, največ storjenega. Delavnice in druge oblike izobraževanja

in usposabljanja, ki so trenutno namenjene bodočemu osebju v hipermarketu, toplo priporočam vsem Mercatorjevim trgovskim družbam. Osnovna znanja in veščine, ki jih naši sodelavci pridobivajo v tem procesu, bomo nujno nadgrajevali in izpopolnjevali glede na v praksi opažene pomanjkljivosti."

Kako kolektiv sprejema odločitev, da je Mercator Center Koper v Degrojevih rokah?

"Ob zalogaju, ki ga Mercator Center Koper za Degro pomeni, so začetni dvomi in strahovi razumljivi, manj pa upravičeni. Mercator Degro ustvarja relativno visok dobiček, kar v vsakem kolektivu krepi samozavest. Situacije, ki zvišajo adrenalin so potrebne, ko ti gre dobro. Če sem bil v prvi fazi prenašanja upravljanja Centra Koper v Degro bolj ali manj osamljen optimist, ker na zadevo gledam dolgoročno, sedaj gotavljam, da se mi poleg vodilne ekipe pridružujejo tudi drugi. Bolj, ko Center dobiva končno zunanjo podobo in bolj ko je njegova vsebina profilirana, več je pozitivnega gledanja in večja je želja, da bi se tudi ob tem kar najbolj izkazali. Pri tem velja poudariti tudi pozitivne učinke "poboljšanja matere" v odnosih družba - mati in družba - hči. Dobička sicer nekaj časa ne bo, vendar pa je Center Koper naložba za prihodnost za okoli 600 ljudi, je priložnost za posodobitev in povečanje grosističnega trgovanja, je priložnost za strateške povezave trgovine na Obali, je prvi velik, resen in celovit preiskus Mercatorjevih sposobnosti na poti do evropsko primerljive trgovine."

Vesna Bleiweis



USPEH PODJETJA V NAJVEČJI MERI ODVISEN OD LJUDI

Mercator-Pekarna Grosuplje velja za zelo uspešno podjetje, ki je v lanskem letu celo za tretjino preseгло načrtovani dobiček. V naslednjem mesecu zaključujejo še eno večjo investicijo in to je pravi čas za pogovor z direktorjem Štefanom Plankarjem.



Štefan Plankar

Pekarna Grosuplje je uspešno proizvodno podjetje. Kako ste poslovali v letu 1997?

"Družba je tudi v letu 1997 poslovala uspešno, uresničila večino načrtovanih poslovnih ciljev in ustvarila blizu 158 milijonov tolarjev dobička. Doseženi dobiček je za 22 % večji kot leto prej in za 32 % večji od načrtovanega. Uspeh je toliko večji, če upoštevamo, da so bile cene kruha še vse do konca leta z vladno odredbo maksimirane in precej zastajale za rastjo inflacije. Za tak poslovni rezultat pa smo morali ustvariti več kot 1,3 milijarde tolarjev prihodkov, preseči načrtovane prihodke za 13 %, povečati fizični obseg proizvodnje in izboljšati strukturo v korist donosnejših izdelkov. Prodati je bilo treba 5.800 ton različnih izdelkov, od tega 4.400 ton kruha, 1000 ton pekovskega peciva in 400 ton drugih izdelkov, povečati število zaposlenih na 125, zmanjšati nekatere dolgoročne finančne naložbe in postoriti še marsikaj drugega. Glede na pogoje gospodarjenja in vse večjo konkurenco, domačo in tujo, sem zelo zadovoljen, da je dobičkonosnost prihodkov ostala na ravni predhodnega leta, prav tako tudi gospodarnost poslovanja. Bistveno pa se je povečala donosnost sredstev in donosnost kapitala. Donosnost kapitala presega 14 % in je nekajkrat višja kot znaša povprečna donosnost v tej panogi.

"S čim pa kljub uspehu podjetja še niste zadovoljni?"

"Manj zadovoljen sem z dejstvom, da imamo, tako kot vse Mercatorjeve družbe, prevrednoteno premoženje in s tem prevelik kapital na zaposlenega. Kljub temu, da dosegamo še enkrat višjo dodano vrednost na zaposlenega kot je povprečna za Slovenijo, nam to znižuje učinkovitost kapitala. Ne pomirja me niti ugotovitev, da je pekarstvo v Sloveniji po konkurenčnosti in učinkovitosti med živilsko industrijo še najbližje državam EU in da se konkurenčnost še izboljšuje. Prav zato se pospešeno in temeljito pripravljamo za ostro borbo z domačo in tujo konkurenco, ki je že pred vrati. Ne samo, da veliko investiramo v modrenizacijo proizvodnje in nove dopolnilne programe, temveč se tudi kadrovske krepimo in postavljamo sistem celovitega obvladovanja kakovosti po standardih ISO 9001, da bomo novo tisočletje začeli z višjim stalnim nivojem kakovosti. Pri tem nam gre na roko tudi spremenjena strategija nove Mercatorjeve uprave do odvisnih oziroma proizvodnih družb, ki omogoča tudi njihov razvoj in ohranitev tistega, kar je dobro in perspektivno. Brez pridržka moram pritrditi besedam predsednika uprave gospoda Zorana Jankovića, da je vsaka delitev dobička siromašenje družb, delitev vsega dobička pa poguba za večino družb, zlasti v obdobju, ko še nismo pripravljeni, da bi se lahko kosali s tujo konkurenco.



Mercator Pekarna Grosuplje - upravna stavba

co. Večina dobička mora biti namenjena za razvoj."

Tudi lastninjenje ste uspešno končali.

"Mercator-Pekarna Grosuplje je bila ustanovljena leta 1951, v delniško družbo pa se je preoblikovala iz družbe v mešani lasti leta 1995. Pred tem so bili zaposleni že skoraj 12 % lastniki podjetja, danes pa so imetniki zbirnih prednostnih delnic. V nadaljnjem postopku lastninskega preoblikovanja po programu, ki velja za vsa Mercatorjeva podjetja, se je število delničarjev povečalo na 520. Danes jih je še 482. Lastniška struktura pa je naslednja: večinski lastnik Poslovni sistem Mercator ima v lasti 51,01 % delnic, 48,99 % delnic pa je v lasti fizičnih oseb oziroma malih delničarjev. Čeprav so delnice neomejeno prenosljive, se z njimi ne trguje. Sprememba lastništva je bolj izjema kot pravilo. Tako ima družba poleg pripadnih delavcev tudi zveste delničarje."

V podjetju vlada ustvarjalno vzdušje, zaposleni so videti zadovoljni. Kakšen je recept?

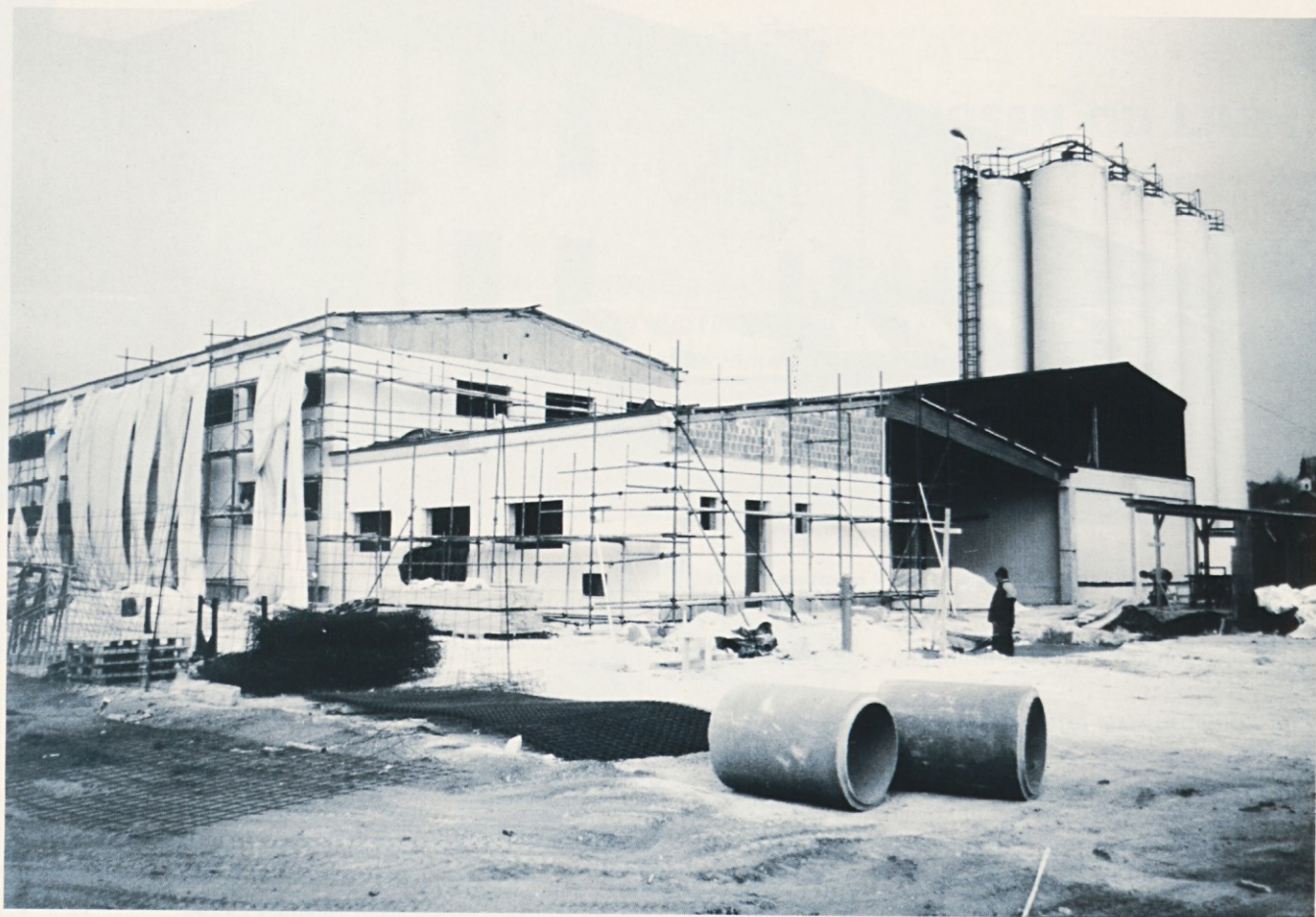
"V vodstvu se dobro zavedamo, da je uspeh podjetja v največji meri odvisen od ljudi. Skrb za zadovoljstvo zaposlenih je postala stalna naloga vodstva družbe in je došla pomembno mesto v strateškem načrtu do leta 2000. Obvezali smo se, da jim bomo nudili prijetno delovno okolje, v katerem bo zagotovljena socialna varnost in dana možnost strokovnega in osebnega razvoja. Z urejenimi delovnimi pogoji, dobro organizacijo, stimulativnim nagrajevanjem, izobraževanjem in usposabljanjem za delo ter napredovanje, bomo delavce motivirali za boljše delo, kajti le tako bomo dosegali pričakovane poslovne rezultate. Zavedamo se, da poslovno odličnost lahko dosežemo samo z zadovoljnimi delavci. Le s pomočjo delavcev in njihove prave vloge na delovnem mestu bomo lahko zagotavljali dolgoročno zadovoljstvo naših kupcev. Prepričan sem, da smo na pravi poti."

Kako boste delali v prihodnje glede na sedanji uspeh in investicijski cikel, ki se zaključuje?

"Smo sredi zajetnega investicijskega ciklusa, ki bo, ko bo v celoti končan, presegel vrednost 6 milijonov DEM. H koncu gre rekonstrukcija obstoječih in izgradnja novih proizvodnih ter skladiščnih prostorov. S tem bodo ustvarjeni pogoji za uresničitev strateških ciljev, ki zagotavljajo ohranitev konkurenčne prednosti in kontinuiteto uspešnega poslovanja. Povečanje fizičnega obsega proizvodnje je le drugotnega pomena. Naložba sledi tudi strateškim usmeritvam Mercatorja, ker ima za cilj zagotoviti pogoje za čim hitrejšo prilagajanje evropskim normativom na področju kvalitete, stroškov in produktivnosti. Pri investiciji je poudarek na izgradnji hladilniških zmogljivosti, ki omogočajo uporabo najmodernejših postopkov v proizvodnji in distribuciji, ki nezadržno in pospešeno prihajajo v pekarsko branžo. V nove prostore bomo preselili tudi proizvodnjo globoko zamrznjenih jedi in nekatere dopolnilne programe, ki naj bi popestrili ponudbo. Res je, da že danes izdelujemo 39 vrst kruha, 45 vrst pekovskega peciva in več kot 20 vrst drugih izdelkov, vendar bomo tudi v prihodnje veliko vlagali v razvoj proizvodov. V to nas silijo čedalje večje želje in izostrene zahteve potrošnikov, domača in prihajajoča tuja konkurenca. Med najpomembnejše pridobitve po končani investiciji štejem tudi sodobno opremljen razvojni, kontrolni in mikrobiološki laboratorij, računalniško vodeno skladiščenje surovin in pripravo testa za celotni proizvodni program ter robotizirano skladišče globoko zamrznjenih izdelkov."

V številnih trgovinah se dobi sveže pečeno drobno pecivo Pekarne Grosuplje ves dan, uvedli pa ste tudi nov distribucijski sistem.

"S tem, ko del peke prenašamo na prodajna mesta, pomembno prispevamo k bogatitvi ponudbe in splošnemu izgledu trgovin. Sistem peke na prodajnem mestu postaja sestav



ni del tipizirane Mercatorjeve trgovine ter obvezni del bodočih velikih prodajnih centrov. Danes oskrbujemo že 35 takšnih trgovin, kar polovico proizvodnje pekarskega peciva pa spečemo na prodajnih mestih. Tudi sicer je pou-darek na naročeni proizvodnji za znanega kupca in na proiz-vodnji izdelkov za peko na prodajnih mestih. Samo v lan-skem letu smo za nakup opreme za peko v trgovinah na-menili več kot 40 milijonov tolarjev. Tudi letos smo opre-mili že tri trgovine. Razvili smo več načinov priprave izdelkov za tako prodajo, in sicer: nevzhajano-ohlajeno, nevzhajano-zamrznjeno, vzhajano-zamrznjeno, delno pečeno-ohlajeno ter delno pečeno-zamrznjeno. Nič manj pozornosti ne posvečamo distribuciji naših izdelkov. Ne samo, da jih vse več zapakiramo, tudi prerežemo ali narežemo jih že, da našemu kupcu prihranimo čas in trud. Za vse izdelke, ki so nepakirani, uvajamo dostavo na kon-tejnerskih vozičkih, ki so hkrati prodajna polica v trgovini. S tem je zagotovljeno bolj higiensko, lažje in enostavnejše ravnanje z izdelki tudi v prodaji."

Lahko za konec poveste še nekaj o povezanosti z Mercator-jem?

"Kot vse pekarnice v Sloveniji smo tudi mi pri trženju bolj ali manj lokalno usmerjeni. Zaradi pomanjkljivih podatkov ocenjujem, da imamo približno 4 % tržni delež v Slo-veniji, na območju, ki ga pretežno oskrbujemo okrog 30 %, v Mercatorju na ljubljanskem območju pa blizu 35 %. Ni še dolgo tega, ko smo v Mercatorju prodali 60 % svoje proizvodnje, lani smo prodali le 45 %. Vznemirja in skrbi nas dejstvo, da se nam delež prodaje v Mercatorju počasi znižuje. Tudi v prvih mesecih letošnjega leta ne dosegamo načrtovane dinamike. Res je, da so se zmanjšale prodajne površine, da se mnoge trgovine prenavljajo, da pridobivanje novih prodajnih površin zaostaja za načrtovanim, pa vendar...Razveseljuje podatek, da prodaja zunanjim kupcem počasi narašča, precej bolj pa prodaja v Sparu in Inter-sparu, ki že presega 16 % celotne prodaje. Ker smo usmer-jeni v proizvodnjo za velike in najzahtevnejše kupce, vidi-mo svojo priložnost tudi še v Mercatorju, ko se bodo načrtovane spremembe začele v polni meri uresničevati. Prepričan sem, da se bodo, saj je Mercator naš strateški partner."

Alenka Potočnik

ZAKON O VARSTVU POTROŠNIKOV

Zakon o varstvu potrošnikov, ki je bil v postopku sprejemanja kar šest let, je začel veljati 28. marca letos. Sprejetje posebnega zakona za razmerja s potrošniki ne pomeni, da Slovenija prvič potrošnikom namenja posebno varstvo. Najpomembnejši predpisi, ki so že doslej urejali varstvo potrošnikov, so n.pr. Zakon o varstvu konkurence, Zakon o obligacijskih razmerjih, Zakon o standardizaciji, Zakon o zdravstveni neoporečnosti živil in predmetov splošne rabe, Zakon o zdravstvenem nadzoru nad živili, Zakon o gostinski dejavnosti, Zakon o tržni inšpekciji...

Posredno pa varstvo potrošnikov urejajo tudi zakoni, ki določajo pravice posameznikov, ko gre za zdravstvo, šolstvo, bančništvo, zavarovalništvo, energetiko, itd. Potrošniki namreč nismo le takrat, ko kupujemo, ampak tudi ko sklepamo pogodbo z banko, ko se zavarujemo, ko plačujemo davke, ko naročamo in plačujemo popravilo televizorja. Glede na veliko število in razdrobljenost predpisov, pa tudi kompleksnost problematike ni čudno, da potrošniki ne poznajo svojih pravic in da jih ne znajo uveljaviti. Čeprav naša pravna ureditev načeloma dobro ureja vprašanje varstva potrošnikov, pa uveljavljanje tega varstva v praksi in na sodiščih močno zaostaja za duhom zakonodaje. Vsaj nekatere zadeve na tem področju naj bi pospešil pravkar uveljavljeni Zakon o varstvu potrošnikov, ki se s stališča posameznika prav gotovo uvršča med temeljne zakone, ker zagotavlja njegov enakopravnejši položaj na trgu.

Zakon o varstvu potrošnikov vsebuje namreč določbe o odgovornosti proizvajalca za izdelke z napako, o prepovedi zavajajočega oglaševanja, ki se presoja s stališča potrošnika, določena so pravila o prodaji blaga in storitev (od posebnih vrst prodaje, predplačila, razprodaje, embalaže, do novih pravil pri grajanju očitnih in skritih stvarnih napak).

Ker predpisi in ukrepi sami po sebi ne morejo preprečiti zlorab, je zakon kot pglavitno novost določil nosilce varstva potrošnikov in njihovih pooblastil, in sicer: Urad za varstvo potrošnikov, organizacije potrošnikov in varuha človekovih pravic. Pomembno vlogo naj bi ti nosilci odigrali s svojim preventivnim delovanjem (svetovanjem, obveščanjem in izobraževanjem), kajti težave potrošnikov je mogoče najuspešnejše reševati takrat, ko potrošniki pred odločitvijo pridejo po nasvet. Tega v nekaterih državah potrošnike učijo že v okviru rednega vzgojno-izobraževalnega procesa. Na ta način že otroci pridobivajo vsa potrebna znanja in so dosti bolj "odporni" na različne marketinške prijeme.

Poleg preventivnega delovanja pa je z Zakonom o varstvu potrošnikov uvedena nova oblika tožbe - t. i. skupinska tožba. Čeprav so imeli potrošniki tudi doslej pravico do sodnega varstva, so se le redki med njimi odločali za spor pred sodiščem. Nihče se ni pritožil, če je šlo za nekaj sto tolarjev, saj je postopek drag in zamuden. Za sodišče se je potrošnik odločil le v primeru, če je šlo za spor o velikivred-

nosti ali težjo telesno poškodbo. Ker gre v potrošniških sporih največkrat za manjše zneske, prizadeto pa je veliko število posameznikov, je Zakon o varstvu potrošnikov omogočil vložitev skupinske tožbe. Aktivno legitimacijo za vložitev tožbe daje organizaciji za varstvo potrošnikov (pa tudi zbornici in poslovnemu združenju) in sicer zoper družbo, ki uporablja splošne pogoje poslovanja, formularne pogodbe ali pa uporablja metode poslovanja in oglaševanja na načine, ki nasprotujejo prisilnim predpisom ali dobrim poslovnim običajem. S tožbo se lahko zahteva opustitev njihove uporabe ali pa ugotovitev neveljavnosti določenih pogodbenih določil, vključenih v te pogodbe. Pomembno je, da ugodilna sodba učinkuje proti vsem, kar pomeni, da se lahko vsakdo sklicuje na pravnomočno sodbo, s katero je ugotovljena neveljavnost pogodbe ali splošnih pogojev, zavrnilna sodba pa učinkuje le med strankama in lahko druga organizacija potrošnikov ponovno vложи novo tožbo z istim zahtevkom. Na ta način je dal zakonodajalec potrošniškim organizacijam močno orožje, vprašanje pa je, ali ga bodo v praksi tudi izkoriščale.

Pomembno vlogo pri varovanju potrošnikov imajo tudi inšpekcijske službe. Zakon o varstvu potrošnikov daje širša pooblastila tržni inšpekciji in v kazenskih določbah navaja številne prekrške, za katere je zagrožena denarna kazen najmanj v višini 3 milijone tolarjev za pravno osebo in najmanj 300.000 tolarjev za odgovorno osebo. Pristojni organ tržne inšpekcije pa lahko izda tudi odločbo, s katero v primeru določenih kršitev prepove prodajo blaga ali storitev do odprave pomanjkljivosti (n.pr. če cene niso označene v tolarjih ali na vidnem mestu; če predpisani rok uporabnosti na blagu ni vidno in čitljivo označen; če najvišji odstotek znižanja cen na razprodaji, objavljen v razponu, ne zajema najmanj četrte blaga, ki je na razprodaji; če blago z napako ni fizično ločeno od redne prodaje; če družba oglašja blago ali storitve na način, ki je v nasprotju z zakonom, nedostojen ali zavajajoč način...).

Ali bo novi Zakon o varstvu potrošnikov v praksi pripomogel le učinkovitejšemu zagotavljanju varstva posameznika pred določenimi riziki, ki jim je izpostavljen pri pridobivanju ali uporabljanju blaga in storitev ter k boljšemu položaju na trgu, bo pokazal čas.

Nevenka Ferenc

NAJMANJ, KAR MORAMO VEDETI O ZAKONU O VARSTVU POTROŠNIKOV

Zakon o varstvu potrošnikov nalaga pristojnim inšpekcijskim službam celo vrsto pristojnosti. Za nespoštovanje zakona so predvidene visoke denarne kazni in ukrepi, ki zadenejo tako podjetje kot odgovorne osebe.

V nadaljevanju opozarjamo na nekaj značilnosti, ki zadevajo poslovanje v maloprodajnih enotah. Sicer pa je tudi ta zakon odprl nekatere dileme in vprašanja, na katere si ne znamo odgovoriti in smo za pojasnila oziroma njihovo uradno razlago zaprosili Ministrstvo za ekonomske odnose in razvoj. Gre predvsem za vprašanje "kritičnega roka uporabnosti izdelkov". Zaprošenih razlag in pojasnil v času priprave tega članka še nismo prejeli.

POSLOVANJE V SLOVENŠČINI

S potrošniki moramo poslovati v slovenščini. Vsako oglaševanje blaga ali storitve mora biti v slovenščini, ne sme biti zavajajoče in nedostojno.

Za zavajajoče šteje oglaševanje, ki na kakršenkoli način, vključno s predstavitvijo izdelka ali storitve, potrošnika zavaja ali ga lahko zavaja. Za nedostojno šteje oglaševanje, ki ima sestavine, ki so ali bi utegnile biti žaljive za potrošnike.

V pisnih sporočilih potrošnikom moramo uporabljati celotno ime firme (družbe) in navesti njen sedež.

LISTINE O IZDELKIH

Posebno pozornost moramo nameniti nadzoru opremljenosti izdelkov z ustreznimi listinami. Vsebine dokumentov določa proizvajalec, trgovci smo odgovorni, da so listine priložene izdelkom. Gre za listine kot so deklaracije, certifikati, garancijski listi, tehnična navodila, seznam pooblaščenih servisov oziroma drugi spremni dokumenti. Spremni dokumenti morajo biti v slovenskem

jeziku. Da je izdelek oziroma blago opremljeno s potrebnimi oziroma zahtevanimi dokumenti, moramo potrošniku zagotoviti ob prodaji blaga oziroma ob sklenitvi pogodbe.

Garancijski list mora vsebovati firmo in sedež proizvajalca, podatke, ki identificirajo blago, izjavo, da proizvajalec jamči za brezhibno delovanje izdelka v garancijskem roku, ki začne teči z dnem izročitve izdelka potrošniku, trajanje garancijskega roka, firmo in sedež prodajalca ter datum izročitve izdelka potrošniku.

Tudi, če garancijskega lista potrošniku nismo izročili, ima potrošnik vse pravice iz naslova garancijskega lista. Na proizvajalčevi strani je, da zagotovi pogoje za delovanje in uporabljanje izdelka, njegovo vzdrževanje, nadomestne dele, itd. **Pravice iz garancije lahko potrošnik uveljavlja tudi proti prodajalcu.**

POGOJI PRODAJE

Blago ali storitve moramo potrošnikom **prodajati pod enakimi pogoji.**

Cene blaga ali storitve morajo biti vidno označene v tolarjih; način označevanja cen je treba dosledno upoštevati.

Če potrošnik plačuje blago ali storitev **preko banke ali Agencije za plačilni promete se šteje, da je blago ali storitev plačana, ko potrošnik taki organizaciji da plačilni nalog.**

RAZPRODAJA

Blago, ki je na razprodaji, mora biti označeno s **ceno pred znižanjem (pred uvrstitvijo v razprodajo) in z**

znižano - razprodajno ceno. Če je odstotek znižanja cen izdelkov v razprodaji objavljen v razponu, mora znižanje cen zajemati najmanj četrtno vseh izdelkov oziroma blaga, ki je v razprodaji.

PRODAJA BLAGA Z NAPAKO

Če prodajamo blago ali izdelke z napako, moramo tako blago oziroma izdelke **fizično ločiti od brezhibnega blaga oziroma izdelkov.** Potrošnike moramo vidno opozoriti, da gre za prodajo blaga oziroma izdelkov z napako, vsak kos takega blaga oziroma vsak tak izdelek pa posebej označiti.

BLAGO OZIROMA IZDELKI PRED IZTEKOM ROKA UPORABNOSTI

Blago oziroma izdelek, kateremu mu bo v kratkem pretekel rok uporabe in je na razprodaji, mora imeti poleg cene, veljavne pred znižanjem, navedeno tudi novo znižano ceno in posebej označen datum, do katerega je blago oziroma izdelek še uporaben. Blago oziroma izdelke, katerim bo v kratkem potekel rok uporabnosti, moramo fizično ločiti od drugega blaga oziroma izdelkov in vidno opozoriti, da gre za prodajo blaga oziroma izdelkov, katerim bo v kratkem potekel rok uporabnosti.

Prav v zvezi z izvajanjem teh določil zakona smo intervenirali pri njegovih sestavljalcih: kako računati kratek rok pri različnih vrstah blaga z različnim rokom uporabnosti

(kdaj izločati izdelke, za katere velja "bo v kratkem potekel rok trajanja").

NAVODILA, RAČUNI, EMBALAŽA

Če blago za pravilno rabo potrebuje posebna navodila (ker gre za nevarnost za ljudi ali onesnaževanja okolja), mora biti opremljeno z razumljivimi navodili v slovenščini. Za prodano moramo potrošniku izdati račun, da lahko preveri pravilnost zaračunanega zneska glede na kakovost in količino kupljenega blaga ali storitve.

Blago moramo prodajati v primerni embalaži. Na potrošnikovo zahtevo smo dolžni blago posebej zaviti, nastale dejanske stroške mu lahko zaračunamo. Embalaža mora biti zdravju neškodljiva, primerna obliki in teži blaga, potrošnika pa ne sme zavajati.

REKLAMACIJE

Če potrošnik na kupljenem blagu ugotovi napako, ima pravico zahtevati: zamenjavo z novim brezhibnim blagom, ali vračilo plačanega zneska, ali odpravo napake na blagu ali povračilo dela plačanega zneska v sorazmerju z napako.

Če je napaka očitna, prej navedene pravice lahko uveljavlja v osmih dneh po prevzemu blaga, pri manj očitnih napakah pa v enem letu od prevzema blaga. Enako velja tudi za storitve.

Kadar napaka ni sporna, moramo potrošnikovi zahtevi ugoditi takoj. Če pa je sporna, moramo potrošniku pisno odgovoriti napozneje v osmih dneh po prijavi napake.

PREDPLAČILA

Potrošniku moramo pri končnem obračunu prodanega blaga ali storitve obračunati obresti od prejetega predplačila. Obresti obračunamo po obrestni meri, po kakršni banke obrestujejo hranilne vloge, vezane nad tri mesece.

DOSTAVA BLAGA NA DOM

Pri dogovorjeni dostavi blaga v potrošnikovo stanovanje ali na drug dogovorjeni kraj, smo dolžni blago dostaviti v brezhibnem stanju, v dogovorjeni količini in v dogovorjenem roku (dan in ura) in mu hkrati izročiti vso potrebno oziroma dogovorjeno dokumentacijo.

Za dostavo blaga na dom se ne šteje puščanje blaga pred vrati potrošnikovega stanovanja.

PRODAJA NA OBROKE

Pogodba o prodaji na obroke mora biti sestavljena v pisni obliki. Vsebovati mora: naziv blaga, ceno blaga pri plačilu z gotovino, skupen znesek obročnih odplačil, vštevši tudi tisto, kar je bilo plačano ob sklenitvi pogodbe, znesek posameznih obrokov, njihovo število in roke za njihovo plačilo. V nasprotnem primeru lahko potrošnik odstopi od pogodbe. Potrošnik lahko ob vsakem času naenkrat plača ostanek dolžne kupnine in to brez pogodbenih obresti in brez stroškov. Drugačno pogodbeno določilo je nično.

Kdaj lahko prodajalec odstopi od pogodbe? Če potrošnik pride v zamudo z začetnim obrokom; če pride potrošnik v zamudo z najmanj dvema

zaporednima obrokom, ki pomenita najmanj osmino kupnine; izjemoma pa takrat, ko je potrošnik v zamudi le z enim obrokom, za polno plačilo kupnine pa niso predvideni več kot štirje obroki. Namesto odstopa od pogodbe pa lahko prodajalec od potrošnika zahteva, da plača ves ostanek kupnine, vendar mu mora odobriti dodatni 15 dnevni rok.

Sodišče lahko na zahtevo potrošnika (zaradi upravičenih okoliščin) podaljša roke za plačilo, če potrošnik da zavarovanje, da bo izpolnil svojo obveznost in če prodajalec zaradi tega ni oškodovan.

Pogodbeno določilo o pogodbeni kazni za primer zamude plačila obroka je nično.

Če se pogodba razdre, mora prodajalec vrniti prejete obroke z zakonitimi obrestmi od dneva, ko jih je prejel in potrošniku povrniti nujne stroške, ki jih je imel z blagom. Na drugi strani pa mora potrošnik prodajalcu blago vrniti v stanju, v kakršnem mu je bilo izročeno in mu dati povračilo za njegovo uporabo vse do razdrta pogodbe.

Pravice, ki jih ima potrošnik pri prodaji na obroke, morajo biti v pogodbi izrecno navedene, če pa niso, jih potrošnik lahko kljub temu uveljavlja ali pa od pogodbe odstopi.

Zvezdana Žurman,
vodja službe za interno kontrolo



DRŽI BESEDO, JE VREDEN ZAUPANJA

Zastarelost hrastniške blagovnice nam ni bila ravno v ponos. V njej se niso dobro počutili niti kupci, niti zaposleni. Ni čudno, zgrajena je bila leta 1978, doselj bolj krpana kot dobro vzdrževana, predvsem pa je programsko odgovarjala zgolj času, v katerem je bila zgrajena.



Zunanost blagovnice v Hrastniku



Pozdrav župana Leopolda Grošlja, Rada Veselinoviča in Zorana Jankoviča (z leve proti desni)

Od 7. aprila letos pa je povsem drugače. Spremenjena prostorska in programska zasnova je prinesla povsem prenovljeno pritličje, ki je razdeljeno v tri dele: v skoraj štiristo kvadratnih metrov veliko sodobno opremljeno in bogato založeno samopostrežbo, nekaj nad 20 kvadratnih metrov veliko prodajalno kozmetike, daril, nakita ter novo Modiano - trgovino v Mercatorjevi verigi tekstilnih trgovin.

V nadstropju je nekaj manj kot 650 kvadratnih metrov namenjenih prodaji pohištva, tehničnih izdelkov in vsega kar potrebujemo za dom.

Investicijskega zalogaja se je lotila Mercator Trgovina Ljubljana in zanj v dobrih dveh mesecih porabila 142 milijonov tolarjev. V samopostrežbi in v oddelku "vse za dom" je zaposlenih 21 delavcev.

Za Modiano je poskrbela Mercator-Modna hiša Maribor, ki je v prenovi oziroma v opremo investirala okrog 8 milijonov tolarjev. Skoraj 250 kvadratnih metrov velika trgovina gotovo sodi "v špico" tovrstnih trgovin v Zasavju. Pet zaposlenih bo moralo mesečno prodati najmanj za 6 do 7 milijonov tolarjev izdelkov.

Otvoritve so se udeležili mnogi Hrastničani, spregovorili pa so jim župan občine Hrastnik Leopold Grošelj, direktor Mercator Trgovine Ljubljana, območja II Rado Veselinovič in predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Jankovič.

Župan se je v svojih besedah ozrl v daljnje leto 1978, ko je odprtje Mercatorjeve blagovnice pomenilo začetek



Marija Pajkiher

razvoja trgovine in druge infrastrukture v Hrastniku. "Hrastnik je bil po trgovskih kvadratnih metrih na prebivalca v "špici" med slovenskimi občinami. Hrastničani, ne samo mi, temveč kar celotni revirji, potrebujejo sodobno trgovino. V Mercatorju imamo tradicionalno dobrega sosedu, za investicijo v blagovnico se zahvaljujem v imenu krajanov in prepričan sem, da bomo imeli od nje korist oboji. Mercator se je izkazal kot korekten in zaupanja vreden partner. Takih odnosov si želimo Hrastničani še naprej, najboljšemu sosedu pa želim uspeh in prijazno počutje med nami." Rado Veselinovič je pozdravu in dobrodošlici zbranim, dodal nekaj podatkov o prenovi, Zoran Janković pa je povabil poslovodkinjo gospo Marijo Pajkiher da v imenu Mercatorja moje dežele prereže slavnostni trak. Prve kupce in firbce je pričakal prijazen aplavz zaposlenih v blagovnici. Za srečo je bilo tudi nekaj nenevarnih črepinj. Sicer pa je bilo treba hitro zaviti rokave in streči željam in radovednosti kupcev, ki jim je na policah na voljo več kot 7 tisoč različnih izdelkov. Železo se kuje dokler je vroče in prepričana sem, da je blagovnica že prvi dan dobila zveste kupce. Morala jih bo znati tudi obdržati.

Vesna Bleiweis



Kolektiv samopostrežbe in oddelka "vse za dom"



Hrastniška Modiana



PRENOVA NA BRDU PRI LJUBLJANI

Največje veselje vsakega trgovca je odprtje nove oziroma prenovljene trgovine. Še zlasti, če računi kažejo, da bo prenova prispevala k večjemu dobičku.

Krajani so na prenovljeno trgovino potrpežljivo, vendar izredno težko čakali 60 koledarskih dni. Sicer pa Mercatorjeva trgovina na istem mestu stoji že od davnega leta 1965 in prvič je bil zob časa temeljiteje prekrit leta 1983. Letošnjo pomlad pa se je trgovina iz grdega račka prelevila v belo labodko. Urejena je po vseh zapovedih, ki veljajo za prenove naših trgovin.

V celoti je namenjena prodaji živil. Z mesnico vred prodajni prostor znaša nekaj več kot 310 kvadratnih metrov. Bifeja pa ni več. Za prenovu je bilo porabljenih nekaj več kot 90 milijonov tolarjev. Vložena sredstva se bodo rentirala v 4 letih. Mesečni promet na zaposlenega bo, tako računajo, znašal najmanj 2,5 milijona tolarjev. Zaposlenih je 10 delavcev. Trgovino sta pomagala urejati izkušena trgovska mačka gospa Anica Kovačič, poslovodkinja naše trgovine v Trnovskem pristanu in gospod Metod Brodnik, poslovodja na Rudniku.

2. aprila je bila osrednja tema pogovorov krajanov Brda nova trgovina. Nekaj dni po otvoritvi nam je poslovodkinja gospa Marija Jamnik povedala: "Kar najbolj se bomo trudile, da bo trgovina v zadovoljstvo kupcev in nas zaposlenih. Kupci, vajeni stare trgovine, se počasi privajajo na novo razporeditev in prodajni program. V naši trgovini boste našli prav vse izdelke, za katere Mercator jamči, da njihove cene ne zletijo pod nebo. Resnično želimo biti najboljši sosed."

Vesna Bleiweis



Marija Jamnik



NA FUŽINAH SE JE TRLO KUPCEV

Konec marca, natančneje 20. marca 1998 ob 11. uri so se odprla vrata povsem prenovljene prve večje Mercatorjeve samopostrežbe na Fužinah, zgrajene leta 1982. Po nestrpnosti zbranih okoličanov sodeč, sta bila dva meseca in še tretjega pol kar predolg čas, ko so morali po svojih dnevnih nakupih v ne tako oddaljeni Mercatorjev primarni center prav tako na Fužinah.

Skupno 950 kvadratnih metrov je razdeljenih med samospostrežno trgovino, diskont, skladišče in druge potrebne prostore. Nekaj manj kot 450 metrov je namenjenih samopostrežbi, nekaj manj kot 200 diskontu. 8000 izdelkov na policah in v diskontu - prodati jih, ne bo mačji kašelj. Od 23 zaposlenih se pričakuje, da bodo mesečno ustvarili za najmanj 60 milijonov tolarjev prihodkov. Sicer pa je naložba veljala 139 milijonov tolarjev.

Za poslovanje je odgovorna poslovodkinja gospa Zdenka Pavšič.

Za dobro voljo kupcev je bil odgovoren moderator Mile Bitenc, za njihove druge čute pa so s pokušinami poskrbeli ptujška Perutnina, Pivovarna Union, Mesnine dežele Kranjske, Mercator-Emba, Vipavska klet in Mercator-Pekarna Grosuplje.

Vesna Bleiweis



Zdenka Pavšič



V TRŽCU NI VEČ KLASIČNE TRGOVINE

Tržec je vas ob cesti Ptuj - Podlehnik. Le 6 kilomerov jo loči od Ptuja. Klasične prodajalne so v Mercatorju že kar prava redkost in v Tržcu se je družba Mercator SVS lotila prenove tovrstne redkosti.

Trgovina na zunaj ni spremenila svoje podobe, njena notranjost pa je povsem drugačna. Prijetno presenečenje za kupce, prijazno delovno okolje za zaposlene. 3. aprila letos so se Tržovčani pridružili množici Mercatorjevih kupcev, ki si s ponujenim blagom lahko postrežejo sami.



PO NOGAVICE IN MODNO PERILO K FLORJANU

V družbi Mercator SVS imajo v ptujskem mestnem jedru celo vrsto majhnih specializiranih trgovin. Ena takih je tudi pred kratkim prenovljen Florjan, kjer so bogato založeni z nogavicami in nogavičkami, medicinskimi nogavicami, z novimi kolekcijami perila in kopalk sevniske Lisce in metliške Beti.



UTRINKI Z MERCATORJEVEGA PLESA IN MODNE REVIJE



BO RES NEKAJ POSEBNEGA?

"Ta trgovina je nekaj posebnega", je v predstavitvi nove samopostrežbe v atriju Mercatorjeve poslovne stavbe v Ljubljani na Dunajski cesti 107, dejal direktor Mercator Trgovine Ljubljana - območja 3, Robert Vodopivec. Z ne preveč srečnim nasmeškom je povedal, da gre za eno dražjih naložb. Med ostalimi značilnostmi pa velja omeniti, da so izdelki na policah razpostavljeni po vseh zapovedih najsodobnejših dognanj o razpostavljanju izdelkov, kar bo postalo stalnica v vseh novih Mercatorjevih trgovinah, da trgovina nima parkirišča, da ima minimalno skladišče, da bo morala biti še posebej pazljiva glede ponudbe in urejenosti, saj je le par korakov oddaljena od pisarne predsednika Mercatorjeve uprave. V letu 1998 je to Mercatorjeva prva povsem nova trgovina, v katero so kupci vstopili 9. aprila. Malo pred tem datumom sta svoja vrata zaprli dve naši bližnji trgovini. 16 zaposlenih iz teh trgovin je dobilo delo v novi, nekaj manj kot 530 kvadratnih metrov veliki samopostrežbi. Po pričakovanjih bi morali mesečno ustvariti najmanj 30 milijonov prihodka.

V pogovorih s prvimi kupci smo slišali same pohvalne besede o novi trgovini. Vsi po vrsti so bili zadovoljni s ponudbo izdelkov, zlasti s ponudbo svežega sadja in zelenjave, veliko izbiro zamrznjenih izdelkov in prav vse je premamilo vonj po sveže pečenem kruhu oziroma pecivu.

"Nobene sodobne trgovine z živili ni v našem okolju. Ta je bila še kako potrebna. Jaz sem je prav vesel. Če bo ostala tako založena in urejena kot je danes, bom zanesljivo njen najzvestejši kupec. Poznam nekaj prodajalk še iz zaprte trgovine na Rožanski ulici. Njihova prijaznost bo dala trgovini in nakupovanju tisto pravo "štimungo". Danes je prevelika gneča, da bi se zamujale z vsakim kupcem in firbceem," mi je dejal starejši možakar, ki je v trgovino prišel kar v copatah.

Mnogi kupci se niso znašli, zato jim je bilo treba pomagati. Prodajalke so prevzele vlogo "nakupovalnih vodičev" in pomočnic pri ravnanju s tehtnico za sadje in zelenjavo. Izkušena poslovodkinja gospa Marija Šeme je prijazno nasmejana, čeprav vidno utrujena od večdnevni pripravi na otvoritev in od prvega celodnevnega vrveža, zagotovila: "Bomo že zmogli. Saj ne bo vsak dan tako, čeprav bi bilo zaradi denarcev več kot zaželeno." In je že ni bilo več. Polica se je nevarno praznila, treba jo je bilo hitro napolniti.

In tako bo vsak dan - tudi brez posebnega nadzora z okna predsednikove pisarne.

Vesna Bleiweis



Marija Šeme

SEM - JEM PRI MERCATORJU V ZNAMENJU BELOKRANJCEV

Najslastnejši pomladni sejem, ki sodi v cikel sejmov ALPE ADRIA, je tudi letos privabil med razstavljalce Mercatorjeve proizvodne družbe. Oljarica, Mercator-Emba, Mercator-Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, Mesnine dežele Kranjske, Mercator-Pekarna Grosuplje, Gorenjska mlekarna, Mercator-KZ Krka in Mercator Trgovina Ljubljana (Sadje zelenjava) so ustvarili pravo nakupovalno mesto. Tudi letos je bilo v Mercatorjevem mestu živahno, mnogi obiskovalci so okušali dobrote iz njegove "kuhinje".

Pokušine različnih dobrot, ki prihajajo na mizo bodisi v velikonočnem času bodisi kar tako, so se kar vrstile. Mnoge so v želodčke spremljale še zabavne družabne prireditve, ki jih je ves čas sejma neutrudno vodil moderator Mile Bitenc. Sodelovanje v teh zabavicah je prinašalo lepe nagradice.

Z avtobusom zvestobe tokrat Belokranjci

Vrhunec sejemskega vrveža v Mercatorjevem mestu je bil dan članov Kluba M kartice. Na bogato, peto in zatorej že tradicionalno žrebanje nagrad, je Mercator povabil imetnike M kartice iz Bele Krajine.

Vesela družina se je iz Bele Krajine z avtobusom zvestobe odpeljala proti Ljubljani že v jutranjih urah. Izlet v Ljubljano pa res ni nič posebnega, boste rekli? Tokrat je bil nekaj posebnega. Udeleženci izleta z avtobusom zvestobe so namreč večkrat nagrajeni, pokukajo pa lahko tudi v notranjost velike bele poslovne stavbe Mercatorja ob Dunajski cesti v Ljubljani. Predstavniki M kartice so jim predstavili Mercator, delovanje službe in poklepetali o uporabi kartice, ki zaleže za dve.

Ste si že kdaj ogledali Ljubljano s turističnim vodičem? Še ne. No, Belokranjci so si jo. Najprej so se kot pravi turisti skozi mesto popeljali z avtobusom, potem pa jih je turistični vodič Primož popeljal še na sprehod mimo glavnih ljubljanskih znamenitosti. Marsikatera lepota Ljubljane je tudi Ljubljančanom skrita in zdaj lahko rečemo, da jih udeleženci Mercatorjevega izleta morda celo bolje poznajo. Dan je kar prehitro minil in prijetnemu pohajkovanju po mestu se je bližal konec. Saj žrebanja pa res ne smejo zamuditi. Odpravili so se torej še na sejem SEM JEM v Mercatorjevo sejmsko mesto, kjer so jih čakale številne dobrote in spet nagrade.

Belokranjci so bili garancija za dobro voljo in, ker je bil letošnji sejem malo pred Veliko nočjo, tudi prava atrakcija. Boštjan iz TRIA BREZA je veselo raztegoval meh, gospa Starešinič v belokranjski noši pa je na ogled postavila prekrasno zbirko pisanic ali drsank kot jim rečejo v Beli Krajini. Doslej je pod njenimi spretnimi prsti nastalo že okoli pet tisoč drsank. Pod odrom M kartice, kjer je bilo že vse nared za žrebanje bogatih naograd, je poprijela za

delo in radovednežev res ni manjkalo. Izvedeli smo, da za obdelavo kokošjega jajca porabi 1 uro, za gosje jajce še enkrat toliko, debelih deset ur pa porabi za debelo nojevo jajce, ki je še posebej težko za obdelavo, saj je lupina veliko trša. Izdala je še eno pomembno skrivnost. Za prave pisanice morate jajca kuhati pol ure v vodi s čebulnimi olupki. Barva pa se bo še boljše prijela, če boste vodi dodali domač jabolčni kis.

Zdaj pa k nagradam. Ker je bilo letošnje že peto jubilejno žrebanje so bili tudi nagrade bogatejše kot prejšnja leta. Najprej je lastnike dobilo pet težko naloženih košar z Mercatorjevimi dobrotami, za katere bi morali v trgovini odšteti okroglih petnajst tisočakov. Nekdo odslej lahko kolesari tudi v slabem vremenu, saj je dobil sobno kolo za zdravo telo. Naslednja nagrada pa je največ obetala starejšim imetnikom M kartice, saj je nagrajenec dobil toliko buteljčk vina iz Metliške kelti, kolikor let šteje. Vsaj ena slovenska družina že ve, kje bo preživela prijeten konec tedna, tista namreč, ki je bila izžrebana za družinski vikend paket v Mercatorjevem hotelu v Kočevju. Če ste mislili, da ste že slišali najboljše, potem naj vas presenetimo. Prihajajo namreč tri glavne nagrade: dobropis v znesku 98.000 tolarjev, ker smo leta 98, dobropis v trinajstih mesečnih zneskih po 13.013 tolarjev, kar zneso v trinajstih mesecih dobropis na nagrajenčevem računu 169.169 tolarjev. Za kromno vsega dobrega pa še glavna nagrada, ki je pisana na kožo tistim imetnikom M kartice, ki se ne morejo upreti skušnjavi nakupovanja v bogato založenih Mercatorjevih trgovinah. Nagrajenka je dobila dobropis v višini lanskega nakupa. Izvedeli smo, da ni prav veliko zapravljala z M kartico in zdaj ji je verjetno žal. Žal pa ni veselim Belokranjcem, ki so se z lepimi spomini in nagradami vrnili v Belo Krajino.

Alenka Potočnik



PETO LETO MAJHNE GALERIJE VELIKIH IMEN

Že od leta 1994 se v Mercatorjevi poslovni stavbi na Dunajski cesti 107 v Ljubljani vrstijo likovne razstave. Razstave se že vsa leta organizirajo v sodelovanju z Galerijo ARS FRA-MA iz Ljubljane.



Vladimir Makuc,
Pokrajina s ptico,
tempera

Letno so se do sedaj v naši galeriji praviloma zvrstile štiri razstave. Med najbolj odmevnimi je bila gotovo lanska razstava risb akademika Franceta Miheliča ob njegovi devedesetletnici.

V letu 1994 so svoja dela razstavili: France Mihelič, Emerik Bernard in Andrej Jemec.

V letu 1995 so se zvrstile slike Štefana Planinca, Franceta Slane, Marijana Tršarja in Metke Kraševca.

V letu 1996 so slike, risbe ali grafike in plastike predstavili Zdenko Huzjan, Bogdan Borčič, Drago Tršar in Franc Novinc.

Leto 1997 so zaznamovale razstave risb Franceta Miheliča, slik Zmaga Jeraja, slik, akvarelov, risb in trodimenzionalnih slik Vladimira Makuca, pred koncem leta pa se je z akvareli predstavil Jože Ciuha.

V letu 1998 je naša majhna galerija velikih imen najprej odprla vrata slikam Zvesta Apollonia.

Koga bomo še povabili k predstavitvi v tem letu, naj ostane še skrivnost. Zanesljivo pa je, da bodo ljubitelji slovenske likovne umetnosti prišli na svoj račun.

Vsako razstavo v naši galeriji pospremi ličen katalog, v katerem je poleg predstavitve avtorja in pregleda njegovega ustvarjalnega opusa zapisana tudi kritiška beseda. Stalni gostje razstav so tudi vrhunski instrumentalisti oziroma pevci, ki s svojim nastopom intonirajo otvoritveno slovesnost.

Galerija Mercator ni nikakršen poseben intimen prostor, je po vzoru mnogih drugih galerij v prostorih podjetij, za potrebe razstave primerno opremljen vhod v poslovno stavbo. Mnogi obiskovalci si razstave ogledajo ob poslovnih obiskih v naši hiši, mnogi prihajajo k nam posebej zaradi razstav. Tako postajamo središče žlahtnih srečanj umetniške, kulturne, diplomatske, politične in poslovne srenje.



Jože Ciuha
Hommage a
Gerog Trakl,
akvarel

Zvest Apollonio

Tokratna kritiška beseda o umetniku je izpod peresa Nelide Nemec.

Med drugim je avtorica o slikarju zapisala: " Zvest Apollonio je slikar po duši in čutenju, po izrazu in vsebini, po nenandkriljivi vehemenci v barvitost odete-ga sporočila...Je umetnik, ki ga nenehna sla po odstiranju duhovnih plasti in čutnih, čustvenih ter mentalnih zaznav, sili v že znana in tudi povsem neznanaobzorja. V iskanje novih doživetij, v iskanje novih podob.

Je poet, ki zgodbo zajame le bežno in silovito, v temeljnih konturah. Kot spomin. Kot vzgib vulkanskemu izbruhu barvitenga poigravanja z desetletja neizpeto temo, ki ga vedno znova vznemiri, pritegne, omami. Motivira k ustvarjanju: akt in pej-saž sta motivni stalnici, ki določata njegovo temeljno likovno izpoved... Zad-nje desetletje je slikarja izoblikovalo v subtilnega in hkrati eruptivnega slikarja velikega formata. V obdobju od leta 1989 do leta 1997, ki ga zajema razstava v Galeriji Mercator, je najti vse tiste vsebinske in stilne značilnosti, ki ga v zad-njih desetletjih determinirajo kot izredno spontanega in vehementnega krajinar-ja, marinista in figuralika, ki z močjo geste in bogate barvne palete oživi razkošno barvite in silovito dinamične metamorfoze....

Zvest Apollonio je že skoraj štirideset let globoko ustvarjalno prisoten v slov-enskem in evropskem likovnem prostoru. Na tej poti rasti in zorenja je ustvaril številna dela, in mnoga med njimi so se s svojo živostjo in iskrenostjo kot dragocene priče bivanjskega prostora, ki mu s srcem in dušo pripada zapisale v narodovo likovno zakladnico. To neprecenljivo kulturno dediščino umetnik vsak dan znova bogati. Zdi se, da je v devetdesetih vstopil v svoje najplodovitejše obdobje. Priča smo umetniško najbolj poglobljenemu ustvarjanju."

Zvest Apollonio se je rodil leta 1935 v Bertokih pri Kopru. Po maturi na koprski gimnaziji leta 1955 se je vpisal na Akademijo za upodablajočo umet-nost v Ljubljani, kjer je bil študent pri profesorjih Božidarju Jakcu, Riku De-benjaku, Mariju Preglu. Diplomiral je leta 1960 in nadaljeval študij na slikar-ski specialki pri prof. Gabrijelu Stupi-ci, obenem pa je bil kot profesor liko-vne vzgoje zaposlen na koprskem učiteljskišči in gimnaziji. V letu 1968 se je odločil za pot samostojnega umetnika. Medtem ko se je intenzivno ukvarjal s študijem grafike in slikarst-va, je mnogo popotoval po Italiji, Španiji, Nizozemski in Franciji. Pose-bej ga je privlačila pri nas še malo znana in uporabljena tehnika sitotis-ka. Leta 1973 je nastopil službo asistenta na ljubljanski Akademiji za likovno umetnost, kjer je postal tudi profesor za grafiko in vodja grafičnega oddelka. Od leta 1989 živi in dela v Portorožu. Izbor Apollonijevih samos-tojnih razstav od leta 1960 dalje nav-aja podatek o 105. razstavah doma in v tujini. V Galeriji Mercator je 106.



Zvest Apollonio
Bik,
akril platno,
1996

Pomlad - modno nebo je zasijalo rumeno



Barva letošnje modne pomladi je rumena. Ta sončna barva je v našem ljudskem izročilu po krivem dobila pridnih negativne, ljubosumne barve ali pa je prav njen sij tako topel in lep, da ji vse ostale barve zavidajo ... V indijskem pojmovanju barv pomeni rumena barva sredino, modrost, ravnovesje, polnost. No, ne glede na psihologijo barv ali na new-age poglede, je modno nebo letos rumeno zasijalo.

Če že ne bomo segle po toplo rumenem kostimu, si bomo omislile kakšen rumen dodatek. Sicer pa je pomlad čas kostimčkov in dvodelnih oblek. Razvidni sta dve osnovni smeri kostimov - jakne z našitimi žepi in pasovi, kar spominja na uniforme in klasičen kostim, pri katerem pa so poudarjeni detajli kot so obrobe in podobno. Pri klasičnem kostimu so ponovno malce bolj poudarjena ramena, rokavi pa za toplejši čas lahko sežejo le malo preko komolcev. Zapenjanje je višje, zato so majice "skrite" pod jakno. Bluz je manj, če pa se

odločimo zanjo, bo to izdelek, ki je v bogatem vzorcu in plemeniti tkanini ali če je enobarvna, z bogato izdelavo. Popularne so gubice, šivi, vezeni dodatki. Vse bolj pa se uveljavlja pletivo. Majice so lahko bombažne, viskozne ali celo svilene. Pogosto so brez rokavov z "v" ali ovalnim izrezom, ne redko pa tudi z asimetričnim izrezom. Pletenje je često v čipkastem ali rebrastem vzorcu, barve za pletiva pa sežejo od snežno bele do intenzivnih tonov, ki dopolnjujejo nežnejše barve letošnjih pomladnih vrhnjih oblačil.

Poleg že omenjene rumene je letos zelo modna tudi svetlo modra barva od sinje do golobje sive nianse. Letošnji izdelki bodo pogosto v črtastem vzorcu. Ta je lahko le vtkan ali pa so črte v dveh niansah iste barve. V rumenih ali modrih črtah so lepi hlačni kostimi ali pa samo eden od delov kompleta. Pri krilih ni bistvenih

novosti, hlače pa so tudi še vedno cevaste oz. "cigaret" linije, ki sežejo do gležnjev, novost pa so rahlo zvončaste linije hlačnic, ki pa sežejo nižje, še zlasti pri visokih petah. In prav pete zaslužijo tokrat tudi posebno pozornost. Zapovedane so. Vsaj en par obutve naj bi imela ženska z visoko peto. Izbira je takorekoč neomejena, saj so pete lahko široke ali zelo tanke, ravne ali izsekane, čevlji na visokem ali tankem podplatu, s paščki ali enostaven salonar ... Pomembno je, da so čevlji z zares visoko peto.

In če si jih bomo že kupile, si jih bomo tudi nadele. Postopno se jih bomo navajale, saj smo (pre) dolgo nosile udobne široke, nizke pete. Obule jih bomo morda za umirjene pomladne popoldneve, ko bomo - vsaj z rumenim šalom, če že ne v rumenem ali sinjem kostimu - odšle obetajoči prihodnosti naproti.

Lidija Jež

Pomlad prehaja v toplo zgodnje poletje. Posledica mile zime in že kar preveč poletne pomladi bo veliko škodljivcev in boleznih rastlin. Zato je nujno potrebno stalno ragljanje zgornje plasti tal ter zastiranje vse gole zemlje. S tem preprečujemo naglo izsuševanje tal, ki se začne z vedno močnejšo sončno pripeko. Če ne bo dežja, bo treba redno zalivati, toda previdno, brez močnih curkov, ki škodujejo rastlinam zlasti v vročih dneh.

V maju sejemo in sadimo na prosto tudi za mraz občutljive rastline, kot so kumare, paradižnik, fižol ter pozno zelenjavo, vendar jih moramo v hladnih nočeh še zavarovati pred slano in mrazom.

V drugi polovici maja lahko že prenesemo na prosto tudi sobne, okenske in balkonske rastline. To pa napravimo v oblačnem ali deževnem vremenu, da jih ne poškoduje sonce. Če še niste obrezali spomladi cvetočih grmovnic, potem to storite čimprej. Obrezane rastline bodo bujno pognale in prihodnjo pomlad spet bujno cvetele.

Iz listov koprive, ki jih zaradi previdnosti smukamo z rokavico, pripravimo čaj ali sok za spodbujanje celične presnove, saj je kopriva že dolgo znanan sestavina v čajnih mešanicah za spomladanske čistilne kure. Koprivini listi pa so lahko tudi prav okusno nadomestilo za špinačo.

Zaprl restavracije z mačjim mesom

Predsednik vietnamske vlade je dal zapreti vse restavracije, kjer so lhako obiskovalci uživali dobrote iz mačjega mesa. Odvzeli so jim pravico do pripravljane "majhnega tigra", ki je, menda, ena najbolj okusnih mačjih specialitet. Ker so domače in divje mačke že skoraj iztrebili, so podgane, ki nimajo več naravnega sovražnika, začele na veliko uničevati riž in žito v skladiščih. Premier je zagrozil z visokimi kaznimi vsem, ki bodo še naprej lovili mačke. Veliko Vietnamcev jih namreč prodaja na Kitajsko, kjer iz njih pripravljajo nacionalne specialitete oziroma njihove organe uporabljajo za potrebe medicine.

Se bodo danski prašiči odslej igrali?

Neki danski liberalni poslanec, ki si prizadeva za vnovično izvolitev, meni, da bi morali bolje poskrbeti za enajst milijonov pravšičev, kolikor jih imajo v njegovi državi. Predlagal je, naj bi jim priskrbeli igrače, denimo gumijaste žogo, in omogočili kopanje, kmetom pa prepovedali uporabo hormonov za pospeševanje rasti prašičev. Tako se je menda hotel prikupiti neki lobistični skupini, ki se bojuje za pravice živali. Poslančevi nasprotniki menijo, da je predlog "idiotsko neumen" in se norčujejo, češ, da bodo v prihodnje za prašiče zahtevali še videokasete in savne.

Govoreči hladilnik

Japonska družba Matsuhita je izdelala govoreči hladilnik z vhrajenim mikroprocesorjem, ki bo gospodinja opozarjal, kdaj so njegova vrata odprta, kdaj je v njem preveč hrane in kdaj je živlom pretekel rok uporabe. Petstolitrski hladilnik, ki bo sam uravnaval temperaturo, so na Japonskem razglasili za izdelek 21. stoletja. Stal bo okrog 3000 dolarjev, v tovarni pa pričakujejo, da jih bodo vsak mesec prodali vsaj 5000.

Tudi živali so lahko v senatu

Ameriški senat je sklenil, da tudi živali lahko pridejo v dvorano, kjer so njegove seje. Sklep so sprejeli po škandalu, ki je izbruhnil, ko je neki neimenovani senator protestiral, ker je obenem s svojim psom - vodnikom želela priti v senat tudi njegova pomočnica, sicer slepa oseba. Od nje so zahtevali, naj pusti psa pred vrati, nakar bi jo do senatorja odpeljal eden od vratarjev. Protestirala je, nakar je nastal neugoden položaj, ki pa so ga senatorji takoj razrešili z izglasovanjem odloka, da odslej lahko stopijo v dvorano tudi psi - vodniki in celo druge živali.

Razstava "za pojest"

V johannesburškem živalskem vrtu vsako leto pripravijo razstavo insektov. Letos pa opazovalci niso samo opazovali teh nič kaj prijaznih živalic, ampak so jih lahko celo - pojedli!

Organizatorji so postavili velik raženj, na katerem so kuharji pripravljali s čokolado oblite termite in hamburgerje iz ocvrtih kobilic. Z razstavo, na kateri so predstavili okrog petsto vrst mrčesa, so hoteli opozoriti na pomembnost insektov, ki jih človek vse prevečkrat preganja in uničuje s pesticidi. "Insekt-burgerji" so bili menda nadvse okusni.

NAGRADNA KRIŽANKA

KRIŽANKA Z REKORDNO DOLŽINO BESED	GLAVNO MESTO AZERBAJDŽANA	OBLIKA NORVEŠ. IMENA OLAF	AFRIŠKA DRŽAVA	NEMŠKI FILOZOF (IZ ČRK: STA)	DEL KNJIGE	SEME PRI GOBAH	PRAVO-SLAVNO M. IME (IZ ČRK LITVA)	OMAM-LJENOST						
VELIKO IMETJE														
LAŽJA OBLIKA KOZ V MEDICINI														
PREGLED, NADZOR-STVO														
GLAVNO MESTO BAŠKIR-SKE				INDIJSKA POKRAJINA					KRŠENJE REDA, IZGRED	VOLAN PRI VOZILU	NAŠ PISATELJ (ALAMUT)	IME SLIKARJA BERNARDA	PRITOK SAVE (DVE BESEDI)	DOLOČEN KRIVEC (DVE BESEDI)
POVPREČNA DOLŽINA BESED JE 5,69 ČRKE!	SIRSKI POLITIK (HAFEZ AL)	PETRARCOVA OBOŽEVANKA	ŠVEDSKA FILMSKA IGRALKA NAŠ BALETNIK	MESTO V S. ITALIJI										
SVOBODNA POSEST V FEVDALIZMU					VEČKRATNI ITALIJAN. PREMIER (GIULIO)	SLAVILNI GOVOR, VELIKA HVALA	SESTAVIL JOŽE PETELIN	AMERIŠKI FILMSKI REŽISER (STANLEY)						
OHOL, SAMOVOLJEN OBLASTNIK							OKRAŠENA POSODA IZ KERAMIKE	POGOSTI IGLAVCI						
DRŽAVA NA SV JUŽNE AMERIKE								IGRALEC CITER						
HČI KRALJA MINOSA (..... NIT)								ANGLEŠKO Ž. IME; NASLOV ZNANE POPEVKE						
DEL DNEVA				KOROŠKI LJUDSKI PLES				KRAJ PRI NOVI GORICI						
				LATINSKO: JAZ			RISBA: ZIIIP	PADAJOČI DEL TEKOČE VODE	DOMŽALSKA TOVARNA IZDELKOV IZ USNJA	FINO-MEHANIK	VLADIMIR KAVČIČ	IME VRHOV V ALPAH		
				MEDNARODNI IZRAZ ZA NAFTO			PROSTOR ZA SNEMANJE							
				NAŠA GLASBENA SKUPINA (BRATJE)			OTO TURK							
				OGLAŠANJE URE										
				KRAJ PRI OPATIJI			LEPO OBLIKOVAN GLAVNI VHOD							

Rešitve pošljite do 20. maja 1998 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Joži Caruso, Kosvelova 10, 5280, Idrija, Mojca Travnik, Peščenik 10, 1294 Višnja gora, Dušan Šešek, ul M. Mikuža 20, Ljubljana. Nagrade bomo poslali po pošti.

Novo



Novo

OVSENI KRUH

250 in 500 g

DNEVNO SVEŽI KRUH

Osnovne sestavine:

pšenična moka T 500, ovseni mlevski izdelki (moka, kosmiči in otrobi), krompirjevi kosmiči, sol, rastlinska maščoba in do 0,5 % mešanice dovoljeni dodatkov za testo.

Prehranska vrednost:

- beljakovine: 8,7 %
- maščobe: 2,9 %
- ogljikovi hidrati: 43,0 %
- vlaknine: 4,7 %

Energijska vrednost:

100 g izdelka vsebuje 1000 kJ (234 kcal)

Posebnosti:

kruh ima visoko vsebnost vlaknin, k čemer pripomorejo še zlasti dodani ovseni otrobi.

Oves, še posebno pa ovseni otrobi, zelo ugodno vpliva na uravnavanje holesterola v krvi. Zato sodi ovseni kruh med zdravo prehrano in ga priporočamo namesto drugih vrst kruha vsem, ki imajo povišan holesterol in tudi vsem, ki pazijo, da se zdravo prehranjujejo.

Ima mehko, fino strukturo in prijetno aromo, tipično za to vrsto kuha.

VAŠA POZITIVNA ODLOČITEV NAJ BO NAŠ SKUPNI USPEH!

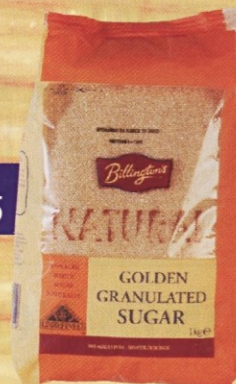
M - Pekarna Grosuplje

RJAVI TRSNI SLADKOR



DEMERARA

idealen
za kavo, kekse,
biskvite, peciva



GOLDEN GRANULATED

idealen za čaj,
müslije, džeme,
pudinge, peciva



LIGHT MUSCOVADO

idealen za kreme, kolače, sadne sladice,
pripravo jedi
„eksotične
kuhinje”



Rjavi sladkorji **BILLINGTON'S** se lahko uporabljajo kot popolna zamenjava za beli sladkor. Ker se nerafinirani rjavi sladkorji **BILLINGTON'S** ne prečiščujejo po postopku, kot se zahteva za rafinirani beli sladkor, se od belega sladkorja razlikujejo tudi po vsebnosti mineralov in so še posebej cenjeni v vegetarijanski in makrobiotični prehrani.

Hranilna vrednost/100 g	LIGHT MUSCOVADO	DEMERARA	GOLDEN GRANULATED	Beli rafinirani sladkor
Kalij	172 mg	33 mg	22 mg	-
Kalcij	53 mg	18 mg	12 mg	-
Magnezij	19 mg	7 mg	3 mg	-
Fosfor	6 mg	5 mg	1 mg	-
Natrij	3 mg	2 mg	1 mg	-
Železo	1 mg	1 mg	1 mg	-
Energijska vr.	1632 kJ/384 kcal	1683 kJ/396 kcal	1693 kJ/398 kcal	1700 kJ/400 kcal

Hranite jih dobro zaprte, ker se na zraku pod določenimi pogoji strdijo in sprimejo v grude. To ni znak kvarjenja. Ponovno jih razpustite z navlaženjem tako, da jih stresete v posodo, pokrijete z mokro krpo in tako pustite čez noč.

Mercator - Emba, d.d.

Slovenčeva 21, 1000 Ljubljana, tel.: (061) 346-061, 346-071; fax: 168-64-68