



Mercator

Časopis Poslovnega sistema Mercator

št. 8-9, september 1999





MERCATOR CENTER MURSKA SOBOTA



PO PREKMURSKEM OBIČAJU ČREPINJE ZA SREČO - VELJAJO NAJ ZA VSE V MERCATORJU

K A Z A L O

na kratko

**KRATKE VESTI IZ MERCATORJA,
O MERCATORJU IN OD DRUGOD**

stran 4

aktualno

5. Skupščina delničarjev

stran 8

Možnost za skupni tržni nastop

stran 10

mercator moje dežele

Pogodba z Intersportom

stran 12

**Gremo v Slovenj Gradec
na Jesenice**

stran 14

stran 15

1. rojstni dan Mercator Centra Koper

stran 16

**Mercator Centri:
Murska Sobota
Ljubljana
Novo mesto**

stran 18

stran 29

stran 38

Novi trgovski družbi v Mercatorju:

**Planika
Jelsa**

stran 20

Prenovi:

stran 22

**na Vrhniki
v Ljubljani**

stran 25

stran 26

Fransiza v Alpkomercu

stran 24

Galopska dirka v Kočevju

stran 27

~ Zdravje in Veselje ~

Združujemo najboljše

stran 44

Jesenska moda

stran 46

Potopis

stran 47

Nagradna križanka

stran 50

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

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvo, Ljubljana,
Dunajska 107, telefon 061/160 11 31, 160 11 32.

Urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Delo-TČR, d.d., Ljubljana

Tisk: Delo-TČR, d.d., Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokojenci
Poslovnega sistema Mercator. Davek na dodano vred-
nost po stopnji 8%.

Naklada: 10.500 izvodov.



Vesna Bleiweis

Srčnost naših ljudi

Mercator Center Ljubljana - največji Mercator na svetu, so v času tega pisanja že preplavili številni kupci. V njem je kot v panju. Ne manjka radovednežev, ne manjka kupcev. Njihova enoglasna ocena: odlično.

Kaj se skriva za to oceno, pomislijo le redki. Postaviti in v vsem sijaju v enem letu Center pokazati javnosti je dosežek, ki so ga zmogli projektanti, izvajalci del, opremljevalci in tisti, ki so polnili njegove police. Mercatorjeva obljuba, da bo center naređ v letu dni, je bila neusmiljen priganjač vseh, ki so to odgovornost sprejeli. Vsi po vrsti so držali obljubo in vzdržali - uspelo nam je združiti najboljše. Najpomembnejši del odgovornosti so nosili Mercatorjevi ljudje, ki so poleg znanja, sposobnosti in učinkovitosti, vanj vložili svojo srčnost.

To velja zlasti in predvsem za vse zaposlene v hipermarketu in vse, ki so jim prišli na pomoč iz družbe Mercator SVS, Mercator Degroja, Mercator Trgovine Ljubljana, strokovnih služb obvladujoče družbe in še od kod. Ni bilo pomembno od kod kdo prihaja, kakšna bo nagrada, pomembno je bilo držati besedo. V stotine ton gre teža 32.000 izdelkov na policah, v stotine ur gre porabljen čas. V stotine gredo ure, ko so bili domovi brez mam in očetov, ko so prijatelji in prijateljice zaman čakale na zmenkih, ko je bil sedež ob stalnem omizju prazen. Ljudje so komaj kdaj zajeli sapo, odpočiti si niso mogli. Gigantsko delo brez srčnosti, nesebičnosti in solidarnosti ne bi bilo opravljeno. Ne glede na to, kako strogo so bile opredeljene delovne dolžnosti.

Je srčnost, nesebičnost in solidarnost moč meriti v denarju in jih z njim poplačati? Mislim, da denarja, ki bi poplačal te značilnosti Mercatorjevih ljudi, preprosto ni. To je dragocenost, ki jo nosimo v sebi in s seboj že 50 let. To je naša tradicija, sedanjost in prihodnost. V očeh marsikoga pa le nabuhel, prazen, v sedanjem času nepotreben spisek preživelih vrednot, besednjak pa le ostanek kolektivističnih časov.

Le zakaj se ekonomije razvitega sveta spet vračajo k starim vrednotam in na njih gradijo uspeh?

Vesna Bleiweis

P.S. Za božji lon ne dela nihče - dobro opravljeno delo terja pošteno plačilo.

DOKUMENTI PROJEKTA KAKOVOST ISO 9000

Projekt kakovost ISO 9000 dobiva vse bolj oprijemljivo podobo. Mercatorjeva uprava je doslej potrdila naslednje organizacijske predpise, ki tudi že veljajo:

- št.: OP-05-0-001 - Organizacijski predpis za obvladovanje dokumentov in podatkov (velja od 1. 4. 1999);
- št.: OP-17-0-001 - Organizacijski predpis o notranjih presoajah (velja od 1. 4. 1999);
- št.: OP-01-0-001 - Organizacijski predpis o politiki in ciljih kakovosti ter o pregledu vodstva (velja od 1. 5. 1999);
- št.: OP-18-0-001 - Organizacijski predpis za usposabljanje (velja od 1. 5. 1999);
- št.: OP-16-0-001 - Organizacijski predpis za obvladovanje zapisov o kakovosti (velja od 1. 6. 1999);
- št.: OP-01-0-002 - Organizacijski predpis o sistemizaciji delovnih mest v trgovskih družbah Mercator (velja od 1. 6. 1999);
- št.: OP-14-0-001 - Organizacijski predpis o izvajanju korektivnih in preventivnih ukrepov (velja od 1. 8. 1999);
- št.: OP-06-0-001 - Organizacijski predpis nabave - določanje asortimana in dobaviteljev trgovskega blaga (velja od 20. 9. 1999);
- št.: OP-13-0-002 - Organizacijski predpis za obvladovanje neskladnosti v poslovnih procesih (velja od 30. 9. 1999).

Kot smo izvedeli od vodje projekta Kakovost ISO 9000 mag. Boža Viranta, bo projekt kakovosti celovito in poljudno predstavljen v posebni brošuri, ki jo bodo prejeli vsi zaposleni v Mercatorjevih trgovskih družbah.



Predsedniki gospodarskih zbornic držav jugovzhodne Evrope

POLLETNI REZULTATI IN SPREMEMBA GOSPODARSKEGA NAČRTA ZA LETO 1999

Nerevidirani konsolidirani računovodski izkazi Skupine Mercator (koncerna Mercator) za letošnje prvo polletje kažejo:

čisti prihodki iz prodaje	6.378.903.000 SIT
kosmati dobiček iz prodaje	8.144.953.000 SIT
čisti dobiček	1.176.505.000 SIT

V prvi polovici leta smo investirali nekaj več kot 11,9 milijarde tolarjev. V osnovna sredstva 4,2 milijarde in v strateške dolgoročne kapitalske naložbe nekaj manj kot 7,7 milijarde tolarjev.

Nadzorni svet je na seji 22. julija 1999 soglašal s spremembo letošnjega gospodarskega načrta. Sprememba gospodarskega načrta je povezana predvsem z uspešnima prevzemoma družb Goriška in Loka (družbi imata medtem že novi firmi Mercator Goriška in Mercator Gorenjska). Tako naj bi po spremembi načrta konec leta v koncernu ustvarili nekaj več kot 2 milijardi tolarjev čistega dobička, povečali plan naložb tako v osnovna sredstva kot v dolgoročne finančne naložbe do skupne vrednosti okoli 14,5 milijarde tolarjev. Nekonsolidirani prihodek Skupine Mercator pa se bo sukal okoli 200 milijard.

na kratko

PRESEDNIKI GOSPODARSKIH ZBORNIC V MERCATOR CENTRU LJUBLJANA

Ljubljana, 31. avgusta - Mercator Center Ljubljana so obiskali predsedniki gospodarskih zbornic držav jugovzhodne Evrope. Na delovno srečanje jih je povabila Gospodarska zbornica Slovenije.

Po Centru in predvsem našem hipermarketu sta jih popeljala direktor Centra Marko Gvardjančič in Zoran Janković. Jankovičeva predstavitev Mercatorja in predvsem njegovih ambicij, da pogleda čez slovenske meje, je vzbudila precej zanimanja. Še zlasti med predsednikih zbornic tistih držav, ki so nastale iz nekdanje Jugoslavije. Sicer pa so gostje pohvalili lepoto in funkcionalnost objekta ter občudovali celovitost in raznovrstnost ponudbe v hipermarketu.

Blagovna znamka

Mercator in

trajno nizke cene

Kot smo izvedeli iz sektorja za marketing število izdelkov z blagovno znamko Mercator narašča in prav tako tudi s trajno nizko ceno. Septembra bo na naših policah 123 izdelkov s trajno nizko ceno in 31 z blagovno znamko Mercator. Prav tako smo izvedeli, da je odziv potrošnikov na Mercatorjevo akcijo ob petdesetletnici 50 izdelkov 50% ceneje, izjemno ugoden.

IZTEK SINDIKALNEGA MANDATA

Osnovne organizacije sindikata vseh Mercatorjevih družb so povezane v Konferenco sindikata Poslovnega sistema Mercator. Gre za predstavniško telo reprezentativnega sindikata v Mercatorju - Zvezo svobodnih sindikatov Slovenije. Predsednici Katji Galof in sekretarki Nataši Porenta se izteka mandat, zato so v teku vse aktivnosti za izvolitev novih kandidatov. Programsko volilna konferenca bo, tako načrtujejo sindikalni organi, konec septembra. Po doslej opravljenih kandidacijskih postopkih in na podlagi meril za kandidature je pristojna komisija obravnavala dve kandidaturi in eno zavrnila. Za sekretarsko mesto pa se je potegovala ena kandidatka, ki jo je komisija potrdila. V Konferenci sindikata pričakujejo, da bodo na volilno programsko konferenco prišli vsi vabljeni.



Svetu delavcev obvladujoče družbe predstavljen predlog meril za nove plače

V Mercatorju si za trgovski del že več kot leto dni prizadevamo poenotiti plačni sistem. Delovna skupina, ki so jo sestavljali predvsem naši strokovnjaki, je pripravila predlog pravilnika, ki naj bi veljal za zaposlene v krovni družbi in njeni organizacijski enoti Mercator Trgovina Ljubljana. Hkrati pa bi enotna izhodišča oziroma merila za osebno nagrajevanje veljala tudi za vse trgovske družbe v koncernu.

Prvi del predloga pravilnika je v bistvu posnetek določb kolektivne pogodbe, drugi del pa sestavljajo merila za osebno in kolektivno nagrajevanje. Pomemben sestavni del predloga je možnost napredovanja v višje oziroma nazadovanja v nižje plačilne razrede. Svet delavcev obvladujoče družbe je na seji 14. julija 1999 pozorno poslušal razlage soavtorjev predloga pravilnika in odločil, da bo o ponujenem predlogu in njegovih morebitnih dodatnih dopolnitvah temeljito razpravljaj na začetku jeseni. Poročevalca Aleš Čerin, član Mercatorjeve uprave in Aljoša Prajs, direktor kadrovskega sektorja sta se strinjala, da zahtevno gradivo terja temeljit premislek, hkrati pa sta zagotovila, da gre za tako pregledno metodologijo za izračun plače, da si jo bo vsak delavec ob vnaprej znanih podatkih lahko izračunal sam.

na kratko

Gremo k sosedom in še dlje

Uprava Poslovnega sistema Mercator je potrdila, da so odločitve o gradnji hipermarketa v Zagrebu in Sarajevu pred realizacijo. Po pričakovanih naj bi leta 2000 najprej odprli hipermarket v Sarajevu.

Za Mercator pa se izredno zanimajo tudi v Črni gori, vendar gre za prostor, ki ne nudi pravne varnosti in dokler ne bo zagotovljena celovita stabilnost območja, je vsaka odločitev preuranjena.

Bliža se slovesnost ob 50 letnici

Otvoritve novih in prenovljenih maloprodajnih in drugih objektov širom Slovenije so osrednji dogodki, s katerimi na najboljši in najlepši način praznujemo 50 letnico skupaj s potrošniki. Del našega praznovanja bo tudi slavnostna prireditev v ljubljanskem Cankarjevem domu 9. oktobra. O njej vam ne bomo še ničesar povedali, pustite se presenetiti. Prav tako tudi z darilom, ki ga uprava Mercatorja in uprave družb ob jubileju namenjajo vsem zaposlenim.

OCENJEVANJE MESSIH IZDELKOV



KMETIJSKO-ŽIVILSKI SEJEM

Pomurski sejem d.d.
Gornja Radgona

M · E · D · N · A · R · O · D · N · I
K · M · E · T · I · J · S · K · O · - · Ž · I · V · I · L · S · K · I · S · E · J · E · M

1999

podeljuje

Srebrno medaljo

Mesnine dežele Kranjske d.o.o., Ljubljana

Z-A

Hrenovka s sirom

Prejemalec
organizacije komisije
pod dr. Radoš Zander



POMURSKI SEJEM

Pomurski sejem d.d.
Direktor
Janez Vajns, ing. grad.

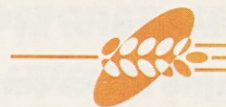
SREBRO IN BRON ZA MESNINE DEŽELE KRANJSKE

Na letošnjem Mednarodnem kmetijsko živilskem sejmu v Gornju Radgoni je ocenjevalna komisija Mesninam dežele Kranjske podelila bronasto medaljo za izdelke: Krpanova vratina, grajska klobasa, Aljaževa klobasa, gotajska salama s sirom, hladetina delikates, prešana hamburška slanina s poprom, gruntarska šunka, rolano pleče brez kosti, polnjeni hamburger, lovska pašteta in jetrna pašteta.

Srebrno medaljo pa so si zaslužile hrenovke s sirom.

Čestitamo! Krpanova kobilica naj dobrote pritovori na vsako Mercatorjevo prodajno polico! Pardon - hladilno vitrino.

OCENJEVANJE MESSIH IZDELKOV



KMETIJSKO-ŽIVILSKI SEJEM

Pomurski sejem d.d.
Gornja Radgona

M · E · D · N · A · R · O · D · N · I
K · M · E · T · I · J · S · K · O · - · Ž · I · V · I · L · S · K · I · S · E · J · E · M

1999

podeljuje

Bronasto medaljo

Mesnine dežele Kranjske d.o.o.

Z-A

Ljubljana

Prejemalec
organizacije komisije
pod dr. Radoš Zander



POMURSKI SEJEM

Pomurski sejem d.d.
Direktor
Janez Vajns, ing. grad.

na kratko

"Spletanka" v Pekarni Grosuplje

V Pekarni Grosuplje je avgusta letos zagledala luč sveta prva številka podjetniškega glasila - za Spletanko so ga krstili. Urednici Helena Tancar in Irena Tancek sta za začetek ubrali vedro, počitniško noto. Uvodna beseda je pripadla direktorju Štefanu Plankarju, ki je opozoril na odgovornost vseh zaposlenih za rezultate in uresničevanje ciljev podjetja. Spletanki tudi iz našega uredništva želimo, da postane redna obveščevalka kolektiva in ohrani vedrino in predvsem izpolni pričakovanja svojih bralcev. Kakšno zanimivost si bomo tudi mi izposodili pri njej.

Časopis in letno poročilo 1998 spet na tekmovanju

Na tekmovanje za Grand Prix Evropske zveze urednikov in novinarjev podjetniških časopisov (FEIEA) smo letos poslali tako naš časopis kot letno poročilo za leto 1998. Rezultati bodo znani konec septembra. Mercatorjevo letno poročilo 1996 je to veliko nagrado prejelo v konkurenci 350 letnih poročil, ki so jih na tekmovanje poslala tudi svetovno znana in uveljavljena podjetja. Časopisu pa je za las velika nagrada ušla. Sicer pa so se Mercatorjeva letna poročila tako z vidika oblikovanja in vsebine izkazala:

- **letno poročilo 1996:** Grand Prix FEIEA, Billund na Danskem in finalist na enem največjih oglaševalskih prireditev v Evropi, Epica v Parizu;
- **letno poročilo 1997:** finalist med let-

nimi poročili za nagrado Zlati MM. Media Marketing, Ljubljana; po oceni ITEO, Gral marketing, Ljubljana eno boljših pisem delničarjem. In leto 1998? Pričakujemo dobre uvrstitve, saj sta letno poročilo ustvarjala oblikovalka Bojana Fajmut in fotograf Franci Virant, dobitnika letošnje Creste, prestižne oblikovalske nagrade.

OD STAREGA HOTELA ILIRIJA BO LE ŠE OKOSTJE

Konec avgusta so se začeli gradbeni posegi v ljubljanskem hotelu Ilirija. Pričakujejo, da bo hotel nared pred koncem koledarske jeseni. Projekte za prenovo je pripravila arhitektka Jelka Šolmajer iz Mercator Optime. Vsebinsko prenovo hotela pa direktorica Sonja Černič-Lagerwall. Priravite se, da boste v srečno leto 2000 zaplesali v banketno-plesni dvorani M hotela. Z novo podobo namreč prihaja tudi novo ime.

MERCATOR - POKROVITELJ OLIMPIJSKEGA KOMITEJA SLOVENIJE

Ljubljana, 14. septembra - predsednik Olimpijskega komiteja Slovenije mag. Janez Kocijančič in predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Janković sta podpisala pogodbo o pokroviteljstvu. Mercator se je s tem pridružil skupini najuglednejših slovenskih podjetij, ki bodo našim olimpijskim reprezentancam omogočila nastop na olimpijskih igrah leta 2000 v avstralskem Sydneyju. Pogodba je sklenjena za leto dni.



Zoran Janković in Janez Kocijančič podpisujeta pogodbo

na kratko

MERCATOR SPONZOR V MARIBORU IN LJUBLJANI

Ljubiteljem nogometa gotovo še ni ušla iz spomina takorekoč legendarna kvalifikacijska tekma za uvrstitev v evropsko ligo prvakov med mariborskim Taetanicom in francoskim Lionom. Prvovrstni športni dogodek je sponzoriral tudi Mercator. Zaradi otvoritve Mercator Centra Ljubljana, ki je bil istega dne popoldne (25. 8. 1999), prvih mož Mercatorja ni bilo na tribunah. So pa Mariborčanom pred tekmo zaželeli uspeh in ga z njimi tudi slavili. Tudi tekmo državne reprezentance, ki se je merila z gruzinsko vrsto, je sponzoriral Mercator.

V HOTELU SREMIČ BO JESENI VESELO

V krškem hotelu Sremič vas pričakuje jesen, tako vesela kot že dolgo ne. Na griču, od koder je prelep razgled na Krško polje in na Gorjance, vam bodo pri Treh lučkah kuhali najboljši golaž znani Slovenci (tudi Zoran Janković), trgali boste sladko grozdje, martinovali, na kostenjevem pikniku prigriznili zraven pečenega kostanja še tudi kaj bolj konkretnega, vse pa zalili v tednu mladega vina. In če to ni dovolj, je za salonske leve predvidena še modna revija.

Sicer pa vas pričakujejo cenovno ugodni vikend paketi s predlogi, kako preživeti konec tedna v okolici Krškega. Tudi v našem hotelu Sremič boste spoznali najboljše sosede!



Tri Lučke



5. skupščina delničarjev Poslovnega sistema Mercator je bila uvod v otvoritev Mercator Centra Ljubljana

5. REDNA SKUPŠČINA DELNIČARJEV POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR

V prostorih Mercator Centra Ljubljana je bila 25. avgusta 5. redna skupščina delničarjev Poslovnega sistema Mercator. Predsednik uprave je govoril o zaposlenih, o odnosih med člani uprave in med upravami družb. Dobiček za razvoj in ne za dividende.

Ob 70% zastopanosti osnovnega kapitala je skupščino vodil odvetnik Stojan Zdolšek, notarski posli so bili v rokah notarja Andreja Škrka. V komisiji za izvedbo glasovanja pa so bile Martina Hozjan, Marjeta Fuchs in Suzana Žmauc. Vsi predlagani sklepi so bili sprejeti s potrebno večino glasov. Med najpomembnejše sklepe skup-

ščine delničarjev je treba šteti sklep o načinu pokrivanja Mercatorjeve izgube iz preteklih let, ki se po sklepu skupščine pokriva v breme sestavin kapitala tako, kot sta predlagala uprava in nadzorni svet.

Sprejeto je bilo letno poročilo za leto 1998, prav tako tudi sklep, da se čisti

dobiček tega leta v višini 1.346.629.987,13 tolarjev razporedi v rezerve. Mercatorjeva uprava je dobila pooblastilo, da s soglasjem nadzornega sveta odloča o izključitvi prednostne pravice do novih delnic. Mercatorjeva revizorska hiša v letu 1999 ostaja Pricewaterhousecoopers, na koncu pa je skupščina soglašala, da

se spremeni višina sejnine članov nadzornega sveta - za predsednika bo odslej znašala 100.000, za člane pa 80.000 tolarjev neto.

Skupščina je potekala izredno hitro, saj so bile priprave nanjo in sama organizacija zasedanja v rokah preverjenih strokovnjakov. Poleg odvetnika in notarja tudi strokovnih služb Mercatorja in družbe Socius iz Ljubljane.

Predsednik uprave Zoran Janković v uvodnih besedah predstavnikom delničarjev ni pojasnjeval poslovne uspešnosti, poudaril je prizadevanja vseh Mercatorjevcev za uresničenje ciljev - od članov uprav vseh družb do vsakega zaposlenega. Svoje razmišljanje o Mercatorju in njegovih ljudeh je končal z besedami:

"Spoštovane delničarke, cenjeni delničarji, ne merite in ne ocenjujte leta 1998 zgolj po številkah, ki so pred vami. Te nedvomno potrjujejo in opravičujejo vaše zaupanje. Vaše zaupanje opravičujemo ljudje, ki smo jih ustvarili. Tudi po tej kakovosti merite vrednost svojega lastniškega deleža."

Vesna Bleiweis



mag. Stane Valant, predsednik Mercatorjevega nadzornega sveta, glasuje



Pooblaščenci delničarjev pred glasovanjem

MOŽNOST ZA SKUPNI TRŽNI NASTOP PROIZVODNJE IN TRGOVINE

Pred otvoritvijo Mercator Centra Ljubljana je član Mercatorjeve uprave mag. Marjan Sedej vsem našim strateškim partnerjem naslovil pismo, v katerem jim ponuja skupno trženje v največjem hipermarketu. Pismu je bil priložen sporazum in izračun prispevka proizvajalca.

Zadeva je dvignila precej medijskega prahu in tudi Združenje za agroživilstvo pri Gospodarski zbornici Slovenije je od Mercatorjeve uprave zahtevalo dodatna pojasnila. Za naš časopis zadevo pojasnjuje mag. Sedej.



mag. Marjan Sedej, član Mercatorjeve uprave

Kaj ste ponudili strateškim partnerjem?

"Mercator je v sklopu poslovnega sodelovanja za svoje največje dobavitelje pripravil sporazum o sodelovanju pri trženju v hipermarketu v Mercator Centru Ljubljana. Gre za zadevo povsem poslovnega značaja z vsemi elementi poslovne skrivnosti, ki je bila dobaviteljem ponujena kot možnost nadgradnje obstoječih poslovnih odnosov že ob poslovnih dogovorih. Zato je presenetljivo, da je dosegla tolikšno medijsko zanimanje.

Ozadje in namen sporazuma je skupni projekt trgovine in dobaviteljev (proizvodnje) za čim večje in učinkovitejše zadovoljevanje potreb kupcev. Gre za sodoben koncept skupnega trženja oziroma skupnega trženjskega nastopa, ki ga v svetu v odnosih s svojimi dobavitelji uporabljajo vse največje trgovske verige. Pri nas pa je tovrstni splet sodelovanja trgovina - dobavitelji relativno nov. Ta način dobavitelju (proizvajalcu) v sodelovanju s trgovcem **omogoča odgovorno in kreativno sodelovanje** pri oblikovanju izbora njegovih izdelkov na prodajnem mestu in zaradi tekočega ugotavljanja rentabilnosti prodajnega mesta in prostora tudi določitev oziroma **določanje optimalne pozicije** teh izdelkov v sklopu posamezne blagovne skupine."

Kakšne koristi tovrstno trženje prinaša proizvajalcu in trgovcu?

"Koncept skupnega trženja v Mercatorjevem hipermarketu bo prinesel trgovcu in dobavitelju naslednje učinke:

- dobavitelj je na prodajnem mestu prisoten z najširšim izborom izdelkov iz svojega proizvodnega programa;
- dobavitelj sodeluje pri permanentni promociji in pospeševanju prodaje svojih izdelkov;
- trgovec in dobavitelj skupaj razvijata informacijski sistem za učinkovito

vito upravljanje z blagovnimi skupinami.

Na podlagi sporazuma bomo v Mercatorju skupaj z našimi največjimi dobavitelji razvili procese za optimalno ugotavljanje potreb kupcev, kar bo dobaviteljem omogočilo tržno usmerjen in pravilen razvoj izdelkov. Tovrstno skupno trženje zagotavlja dostop do vseh najpomembnejših podatkov o uspešnosti prodaje posameznih izbranih izdelkov in na tej osnovi tudi skupni merchandising ter pospeševanje prodaje z namenom doseči kar najboljše prodajne rezultate. Prvi rezultati tovrstnega sodelovanja so bili izkazani pri oblikovanju pospeševalno-prodajnih aktivnostih ob otvoritvi hipermarketa."

Dobavitelji oziroma proizvajalci so negodovali predvsem zaradi višine prispevkov.

"Metodologija za izračun prispevka dobaviteljev vključuje naslednje elemente oziroma parametre:

- strukturni delež prometa dobaviteljevega proizvodnega programa v posamezni blagovni skupini in izdelkih; primerjavo vrednosti prodajnega prostora z vrednostjo prodaje blagovne skupine in posameznih izdelkov, pri čemer je bilo pri oceni vrednosti prodajnega prostora upoštevano;
- nahajališče blagovne skupine na nakupovalni poti;



Polnjenje polic v hipermarketu Mercator Centra Ljubljana

- vpliv prioritete položaja na prodajo posameznega izdelka na polici;
- ocena vrednosti opreme, ki jo zahtevajo določene blagovne skupine in izdelki.
Vrednost prispevkov posameznih dobaviteljev za skupno trženje je simbolna, če jo primerjamo z vrednostjo celotnega prometa, ki ga k sodelovanju povabljeni dobavitelji letno ustvarijo z Mercatorjem. K sklenitvi sporazuma smo povabili 3% svojih dobaviteljev, ki so svoj interes za sodelovanje pokazali že v poslovnih dogovorih. Sporazum o skupnem trženju

predstavlja Mercatorjevo ponudbo strateškemu partnerjem za skupni poslovni razvoj na prej opisanih izhodiščih. Odločitev o pristopu oziroma sklenitvi sporazuma je v celoti prepuščena vsakemu od izbranih strateških partnerjev. Aktivnosti in vsebine skupnega razvoja ponudbe na prodajnem mestu bodo na primeru ljubljanskega hipermarketa natančneje opredeljene v aneksih sporazuma o skupnem trženju. Natančnejši dogovori o načinih pospeševanja prodaje in umeščanja ter razporejanja izdelkov na prodajne police bodo s posameznimi

dobavitelji pripravljeni v sodelovanju z Mercatorjevimi službami s področja trženja."

Zadeve okrog skupnega trženjskega nastopa se bodo torej natančneje uredile v neposrednih dogovorih. Ali bodo ponudbe tovrstnih sporazumov sestavni del vsakoletnih pogodb?

"Da. Vsekakor bomo v Mercatorjevih velikih nakupovalnih centrih poskrbeli, da bosta z učinki sporazuma zadovoljni obe strani."

Vesna Bleiweis



Prva Intersportova trgovina v Mercator Centru Ljubljana je gostila znane slovenske športnice in športnike

POGODBA Z INTERSPORTOM

V Volčjem potoku sta Poslovni sistem Mercator in Intersport International Corporation (IIC), 19. avgusta 1999 podpisala pogodbo o poslovnem sodelovanju.



Franz Julen in Zoran Janković podpisujeta pogodbo

Mercator je dobil generalno ekskluzivno licenco in z njo izključno pravico za odpiranje Intersportovih trgovin ter trženje ekskluzivnih Intersportovih blagovnih znamk v Sloveniji. Hkrati s tem pa tudi najboljše pogoje za trženje svetovnih športnih blagovnih znamk. Na osnovi sklenjene pogodbe ima Mercator enakovreden status kot ga imajo Intersportove nacionalne družbe po svetu.

Intersport je največja svetovna športna trgovska znamka, razširjena je v 25 državah in ima preko 4.000 trgovin. Mercator se bo vključil v globalne Intersportove tokove in s tem omogočil slovenskim potrošnikom nakup vrhunske športne opreme po konkurenčnih cenah. Prezeti pa mora Intersportove standarde tako, da bodo kupci v Sloveniji deležni enake kakovosti blaga, prostora in storitve kot so jih deležni drugod po svetu.

V prihodnjih dveh letih bo Mercator odprl najmanj 5 Intersport trgovin, predvsem v svojih regionalnih nakupovalnih centrih in večjih mestnih središčih. Prva je bila odprta v ljubljanskem centru. Na 900 kvadratnih metrih je resnično kaj videti!

Ob podpisu pogodbe je zastopnik Intersporta **Franz Julen**, brat slavnega švicarskega smučarja Maxa Julna, ki je na sarajevski Olimpijadi dobil zlato medaljo, povedal: "Naša odločitev za prihod v Slovenijo in za Mercator je temeljila na naslednjih dejstvih: Slovenija je sicer majhno, vendar dobro tržišče, Mercator ima razvejano maloprodajno mrežo, je finančno trdna korporacija z jasnimi in realnimi razvojnimi cilji ter ambicioznim vodstvom."

Vesna Bleiweis



**Najbolj vsestranski vrhunski
smučar Marc Girardeli v
ljubljskem Intersportu**



**Zlatko Zahovič in Darko
Miljanić, člana nogometne
državne reprezentance**



**Jure Zdovc in Sani Bećirović,
košarkarja Union Olimpije,
državna reprezentanta**

PISMO O NAMERI - SLOVENJ GRADEC DOBI MERCATORJEV CENTER

Koroška je Mercatorjeva "bela lisa". Bila, do 15. julija letos, ko sta župan mestne občine Slovenj Gradec Janez Komljanec in Zoran Janković podpisala pismo o nameri, da bo Mercator ob mestni obvoznici proti Dravogradu postavil nakupovalni center.

Ob podpisu pisma o nameri sta tako slovenjegraški župan kot predsednik Mercatorjeve uprave izrazila zadovoljstvo z dejstvom, da se bodo vrata najboljšega sosedu odprla tudi na Koroškem. Korošci bodo dobili sodoben nakupovalni objekt, ki bo po prodajnem programu povsem enak drugim Mercatorjevim prodajnim centrom oziroma hipermarketom. Po županovih besedah bo Mercatorjev prihod odprl nekaj novih delovnih mest, prečistil lokalne trgovske vrste in se za slovenskega potrošnika hkrati spopadel s trgovci na avstrijski strani. Janković pa se je županu zahvalil za

ustvarjalno sodelovanje občinskih strokovnih služb in zagotovil, da bo Mercator center Slovenj Gradec nared v dogovorjenem roku, pri čemer ni nepomembna odvisnost od priprave potrebne dokumentacije.

Mercatorjev center v Slovenj Gradcu bo enoetažna zgradba z okoli 5.500 kvadratnih metrov pokritih površin. Zraven bo sodil še parkirni prostor za okoli 300 vozil. Nosilni program bo naš hipermarket z živilskim in neživilskim prodajnim programom, ki bo ponujen na nekaj manj kot 2.600 kvadratnih metrih. V njem bodo našle svoje mesto še naše trgovine Modiana,

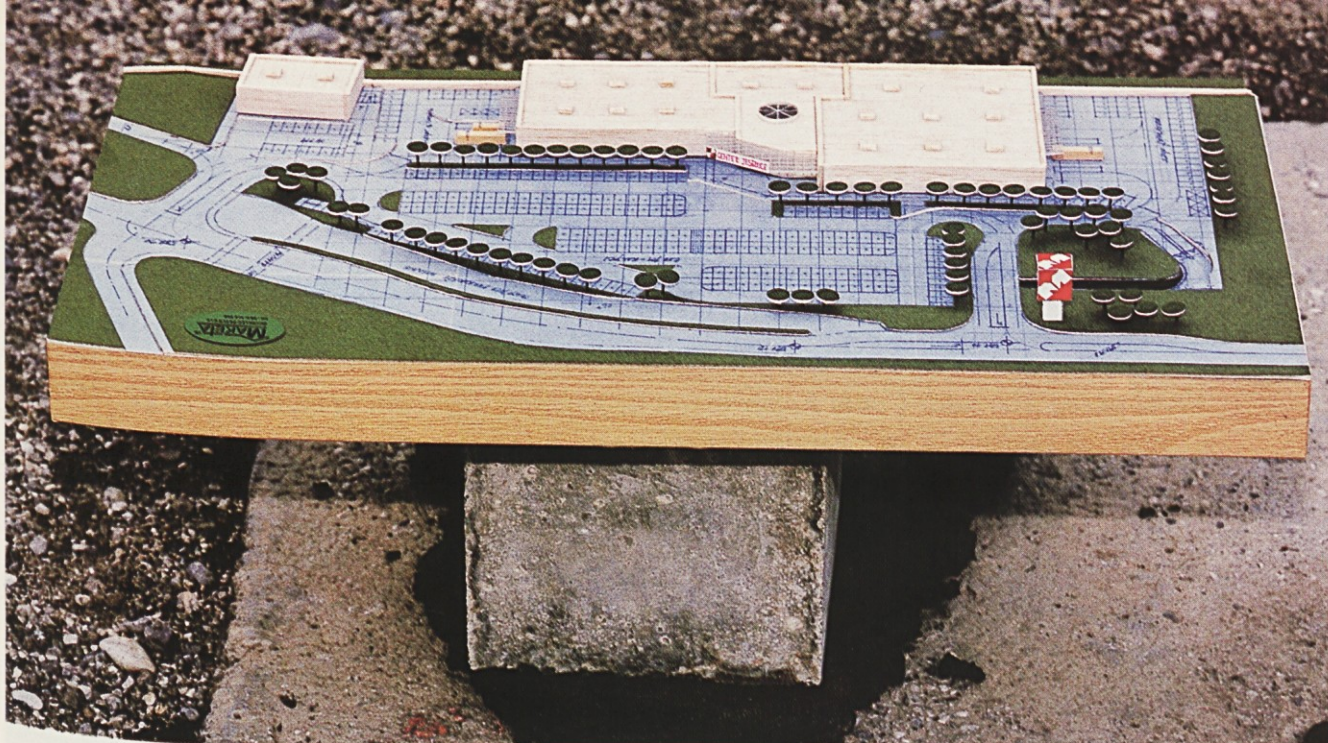
športna trgovina, trgovina s pohištvom, Trgoavtova prodajalna, s kavo bodo stregli v baru Santana. Ostale površine bodo na voljo drugim dejavnostim ta-ko, da bo ponudba zaokrožena po načelu - vse na enem mestu. V Centru naj bi bilo zaposlenih 100 ljudi, vanj pa bo Mercator po predračunu vložil okoli 12 milijonov DEM.

Izvajalec gradbenih del bo domače gradbeno podjetje KOGRAD. In še ena vest, pomembna za Korošce: Mercator pride tudi na Ravne.

Vesna Bleiweis

Stisk rok, da bo držalo, izmenjava pisma o nameri med predsednikom Mercatorjeve uprave in slovenjegraškim županom Janezom Komljanecem





Maketa jeseniškega centra

MERCATOR CENTER JESENICE PRIHODNJE LETO

Jesenice na Gorenjskem bodo prihodnje leto bogatejše za sodoben nakupovalni objekt, jeseniška bolnišnica pa za prepotraben parkirni prostor. Z dvema muhama na mah bodo Jeseničani gotovo zadovoljni.

Temeljni kamen za novi Mercator Center Jesenice sta 14. julija 1999 zazidala predsednica nadzornega sveta družbe Mercator Gorenjska in članica Mercatorjeve uprave Jadranka Dakič in direktor družbe Ludvik Leben.

Slovesnemu dogodku je pozdravne besede namenil jeseniški župan Boris Bregant, ki je ugodno ocenil prihod Mercatorja v jeseniško občino. Direktor kranjskega Gradbinca Primož Senčar je predstavil tehnične značilnosti objekta. Ludvik Leben in Zoran Janković pa sta predstavila razvojne načrte Mercator Gorenjske in Poslovnega sistema Mercator. Sicer pa je znanih nekaj parametrov novega centra. Velik bo okoli 4.600 kvadratnih metrov, osrednji prostor pa je namenjen Mercatorjevemu hipermarketu z okoli 2.300 kvadratnimi metri. Sicer pa bo ponudba v njem taka kot se zahteva po Mercatorjevih standardih.

S postavitvijo centra bo rešen tudi problem parkirišč pred jeseniško bolnišnico, saj bo zanjo v posebni etaži namenjenih okoli 250 parkirnih mest - skupaj jih bo ob Mercatorjevem centru na Jesenicah okoli 550.

Vesna Bleiweis



Temeljni kamen sta zazidala predsednica nadzornega sveta Mercator Gorenjske Jadranka Dakič in direktor družbe Ludvik Leben

PRVI ROJSTNI DAN MERCATOR CENTRA KOPER

Vrvež okrog Mercator Centa Koper nikoli ne pojenja. Koprčani in okoličani so ga vzeli za svojega in so z veseljem sprejeli povabilo na praznovanje njegovega prvega rojstnega dne. Mercator Center Koper je bil odprt 15. julija 1998.



Torta za 1. rojstni dan, izdelek Zmajčkovega butika



Žreb - Clio je dobil lastnico

Vse rojstnodnevne prireditve so bile namenjene kupcem. Za zaposlene v njem pa je bil to čisto običajen delovni dan, le nekoliko prazničnega vzdušja je bilo čutiti.

Na novinarski konferenci sta **Boris Požar, direktor Mercator Degroja in Zoran Janković, predsednik Mercatorjeve uprave** izrazila zadovoljstvo z enoletnim poslovanjem centra, predvsem pa poudarila dejstvo, da je naš hipermarket, kot prvi iz serije načrtovanih Mercatorjevih velikih nakupovalnih objektov, ne samo izpolnil, temveč celo presešel pričakovanja.

"Večji tedenski nakupi, povezani s prijetnim druženjem v našem Centru, so postali že kar neke vrste družabni dogodki, ki se jih družine in posamezniki veselijo. V letošnjem letu je v našem hipermarketu nakupovalo več kot milijon kupcev, skupaj z lanskimi pa več kot 1.600.000. Dnevno

se v hipermarketu zvrsti okoli 5.000 kupcev, pretežno so to lokalni prebivalci, vendar pa tudi 25% delež sosedov - Hrvatov in Italijanov, nekaj pove o naši uveljavitvi. Povprečni mesečni promet v letošnjem letu (do junija) je 340 milijonov tolarjev. Ob koncu leta pričakujemo, da se bo številka o prometu sukala okoli 4,5 milijarde tolarjev. Prepričan sem, da je k dobremu počutju in zadovoljstvu kupcev, največ prispeval kolektiv hipermarketa. Zaposleni so mu večinoma zapisani z dušo in telesom. Tega dragocenega dejstva ni mogoče ovrednotiti z denarjem. V enem letu se začetna kakovost in celovitost ponudbe tako izdelkov kot same storitve ni niti za ped poslabšala. Nasprotno, ocenjujem, da se je vse celo izboljšalo, izpililo in v kar največji meri približalo kupcem. Sredstva, vložena v znanje in oblikovanje zavesti zaposlenih, da so predvsem oni tisti, ki ustvarjajo odličnost in podobo najboljšega sosedu, so kar najboljše naložena. Naše obresti tako merimo z

naraščajočim številom zadovoljnih kupcev. Delovni čas je za zaposlene relativno neprijazen, saj njegovo prilagajanje gostoti kupcev, terja veliko prilagodljivost zaposlenih. Vsi, ki imajo v Degroju in v Mercatorju kakorkoli opraviti s hipermarketom in samim centrom, si zaslužijo pohvale in čestitke ob prvem rojstnem dnevu. Prvi rojstni dan Mercator Centra Koper ni samo priložnost za ocenjevanje uspešnosti, je tudi priložnost za ugotavljanje pomanjkljivosti, saj je bil naš center "učna ura" za vse kasnejše Mercatorjeve centre. Največ pa ob naložbah v objekte velja naložba v ljudi", je poudaril Boris Požar.

O zadovoljstvu z Mercator Centrom Koper smo povprašali tudi nekaj kupcev. Med njimi je bila večina stalnih kupcev. Ti so v en glas menili: vse je dobro, le včasih je parkirna hiša pretesna, za boljši pretok prometa bi bilo treba semaforizirati križišče pred Centrom. In konkurenčnost v primerjavi s sosednjo Italijo? Cene so primerljive in v mnogih primerih konkurenčne, po nakupovalnem okolju pa se tovrstni italijanski centri, ki so v naši neposredni bližini, s koprskim ne morejo primerjati. Tudi po prijaznosti osebja ne.

Praznovanje prvega rojstnega dne ni kar tako! Tudi v Kopru ni bilo. Torta velikanka, zabava za otroke, zabava za odrasle. Nagradne igre in vrhunec - žrebanje kupcev, komu bo sreča podarila Clia. In ga je. Torto velikanko so spekli Zmajčkovi slaščičarji, izkupiček od prodaje pa so namenili koprskemu Rdečemu križu za letovanje otrok.

Vesna Bleiweis



Koprčani so z veseljem prisli na praznovanje 1. rojstnega dne



Mercatorjev hipermarket posluje nad pričakovanji, zasluge gredo predvsem zaposlenim. Tudi 1. rojstni dan so zaposleni preživeli delavno. Vzdušje pa je bilo praznično.



Še zadnji posvet zaposlenih tik pred otvoritvijo hipermarketa v Murski Soboti

MERCATOR CENTER TUDI V MURSKI SOBOTI

Murska Sobota se je že nekaj časa ponašala z večnamenskim objektom - nakupovalnim središčem na Plesah, ki pa je šele prav zaživelo, ko je družba Mercator SVS v njem odprla svoj največji hipermarket, po velikosti tretjega v Mercatorju. Sicer pa je družba Mercator SVS po podatkih za leto 1998 v vrhu uspešnih slovenskih družb, tako po ustvarjenem konsolidiranem prometu v višini 20,3 milijard tolarjev in po dobičku v višini 435 milijonov tolarjev.

Z nakupom dela objekta od družbe MS - Turistično in kmetijsko podjetje Ključarovci, d.o.o. je okoli 70% celotne površine objekta, ki meri 8.550 kvadratnih metrov, prešlo v last družbe Mercator SVS. K objektu sodi še 300 parkirnih mest.

V Mercatorjevem delu objekta je v rekordno kratkem času odprl vrata 3.100 kvadratnih metrov velik hipermarket, v katerem je naprodaj 13.000 različnih živilskih in neživilskih izdelkov. Pretežni del - 60% sestavlja ponudba živil. Okoli 40 zaposlenih bo Sobočanom in okoličanom gotovo dokazalo, da so najboljši sosedje. Poslovodkinja hipermarketa Cvetka Ropoša ima za spomin na otvoritev

črepinjo razbitega lonca, polnega zrnja, ki po prekmurskem ljudskem izročilu prinaša srečo in plodnost.

Hipermarket je le prva faza v oblikovanju dokončne vsebine nakupovalnega centra. V Mercatorjev del bodo potem, ko bo na voljo potrebna dokumentacija za celovito postavitve centra, povabljeni še druge storitvene dejavnosti.

Slavnostni govornik je bil predsednik Gospodarske zbornice Slovenije Joško Čuk, zrno o Mercatorju pa sta dodala še Stanko Brodnjak, direktor družbe Mercator SVS in Zoran Janković. Predsednik Mercatorjeve uprave je Prekmurcem med drugim povedal:

"V dobrega pol leta Mercator SVS

odpira svoj tretji hipermarket. Za mariborskim in ptujskim še pri vas v Murski Soboti. Poleg teh treh denarnic kar zajetnih naložb pa je družba lani uspešno prevzela mariborsko trgovsko podjetje Klas, letos Planiko iz Slovenske Bistrice in Jelšo iz Šmarja pri Jelšah. Mercator SVS je družba, ki je med vsemi Mercatorjevimi družbami prva spoznala pomen kapitalskih povezav in jih tudi udejanila. Širitev vplivnih območij posamezne Mercatorjeve družbe je ekonomsko utemeljeno, saj zagotavlja kar najbolj racionalno koncentracijo blagovnih tokov in logistične oskrbe ter programsko in prostorsko usklajen razvoj maloprodajne mreže v določeni regiji.

Namen Mercatorja je v vsako okolje priti kot dober, nepogrešljiv sosed. Najboljši pa postanemo, ko izpolnimo pričakovanja, želje in zahteve potrošnikov, ko zaupanje v Mercator zori in dozori do te mere, da na naša vrata prihajajo tako, kot prihajamo k najboljšemu sosedu. Kakšen sosed je Mercator SVS ste spoznali že v prvi njegovi samo-postrežbi v Murski Soboti. V hipermarketu pa vam, spoštovani potrošniki, ponuja še več. Prepričajte se sami, trdo in pravično ocenjujete Mercator - zaradi tega bomo samo še bolj pozorni do vaših želja in zahtev. Prepričan pa sem, da vam Poslovni sistem Mercator z družbo Mercator SVS ponuja najbolj delovno in zvesto roko. Čvrsto jo stisnimo in si zaželim obojestranskega zadovoljstva."

S postavitvijo hipermarketa v Murski Soboti je družba Mercator SVS uresničila enega svojih ciljev na poti do načrtovnega tržnega deleža v severo-vzhodni Sloveniji.

Vesna Bleiweis



Joško Čuk, predsednik gospodarske zbornice Slovenije, Samo Gorjup, član uprave Mercator SVS in poslovodkinja hipermarketa Cvetka Ropoša, Zoran Janković, predsednik Mercatorjeve uprave...



... in hip za njimi kupci

PLANIKA V MERCATORJU

V Slovenski Bistrici se je že spomladi šušljalo, da utegne trgovsko podjetje Planika v kratkem času pristati v Mercatorjevem naročju. To se je res zgodilo na začetku letošnje jeseni, ko je družba Mercator SVS postala njen večinski lastnik.

Mercator SVS je osrednja Mercatorjeva trgovska družba na Štajerskem. Tudi njen cilj je krepitev tržnega deleža in ekonomska rast - njeni cilji so torej identični s cilji Mercatorja.

Večinski lastniki trgovske delniške družbe Planika so bili zaposleni. Mercator SVS je z odkupom njihovih delnic pridobila večinski lastniški delež.

Milan Stegne, direktor nam je predstavil trgovsko družbo Planika.

"Leta 2002 bo podjetje staro 50 let. Rojeno je bilo iz čisto občinskih potreb, tako kot je pred 50 leti pač bilo običajno. Temu primerne so bile ob denacionalizacijskih postopkih tudi posledice. Izguba prodajnih površin, redukcija delovnih mest z vsem, kar v ekonomskem smislu oslabi podjetje. Iz slabega položaja smo se izvlekli predvsem na račun posodabljanja maloprodajne mreže.

Danes imamo v Planiki 12 samopostrežnih trgovin, 12 tehničnih, 6 tekstilnih in v sklopu večjih samopostrežb 3 bifeje. Naša maloprodajna mreža pokriva območje občine Slovenska Bistrica (8 krajevnih skupnosti) in občino Oplotnica. Trgovine so v vseh večjih krajih, za kakih 35.000 prebivalcev skrbimo. Čistih prodajnih površin imamo 5.000 kvadratnih metrov. Osrednji maloprodajni objekt pa je blagovnica v središču Slovenske Bistrice, omeniti pa velja tudi manjšo blagovnico v Oplotnici. Iz svojega skladišča oskrbujemo zunanje kupce in svojo maloprodajno mrežo. Sicer pa imamo skupaj 9.000 kvadratnih metrov maloprodajnih in skladiščnih površin.

V strukturi prodaje so s 60% na prvem mestu izdelki za dnevno rabo - market program, na drugem mestu so tehnični izdelki s 30% in 10% zajemajo



Milan Stegne, direktor Planike

izdelki iz tekstilnega programa. Poslovanje vseh naših maloprodajnih enot je ustrezno računalniško podprto in vodeno.

V podjetju je zaposlenih 230 delavcev, ki so v sedmih mesecih letošnjega leta ustvarili okoli 2,6 milijard tolarjev prometa in okoli 45 milijonov tolarjev dobička. V primerjavi prometa z enakim obdobjem lani, je promet v letošnjem letu večji za 11%."

Milan Stegne tudi o razlogih za vstop v Mercator:

"Konkurenca je vedno hujša in izrazi to pritiska zlasti na kraje, kjer je kupna moč prebivalstva relativno visoka. S slednjo se Slovenska Bistrica lahko kar pohvali, saj ima solidno podjetniško, torej tudi zaposlitveno bazo. Tovrstne pritiske lahko zdržiš le, če si povezan z močno trgovsko verigo, v kateri blagovni in finančni tokovi slonijo na ekonomiji obsega in koncentraciji poslovnih funkcij in strokovnih služb, ki jih opravljajo. Po eni

strani tovrstna povezava zagotavlja relativno varnost delovnih mest, po drugi strani pa za kupce najpomembnejše dejstvo - cenovno in kakovostno konkurenčno ponudbo. Povezovanje slovenske trgovine je tudi k nam pripeljalo vrsto snubcev. Odločili smo se za kapitalsko povezovanje z Mercatorjevo družbo SVS. Prevladujoča elementa za našo odločitev sta bila povezanost družbe v Poslovni sistem Mercator in poslovna propulzivnost tako družbe Mercator SVS kot poslovnega sistema. V tem je najboljšo zagotovilo, da se uresničevanje Mercatorjeve poslovne strategije in miselnosti, predvsem pa njuni učinki presadijo na naša tla. Sami bi s svojim potencialom našim potrošnikom in zaposlenim težko zagotovili raven novih Mercatorjevih standardov."

"Kaj od povezave pričakujemo? Že prej sem omenil, da so koristnosti tovrstnih povezav v koncentraciji poslovnih funkcij, blagovnih in finančnih tokov. Stroškovno bi bilo povsem nesmiselno, če bi se po povezavi še naprej ukvarjali z grosistično dejavnostjo, ki jo na 25 kilometrov oddaljenem Ptujju povsem obvladujejo. Povsem se bomo vklopili v Mercatorjevo trženjsko politiko in od nje pričakujemo tudi največ, saj je povsem usmerjena h kupcu. Postopno bo naša maloprodajna mreža prevzela Mercatorjevo celostno podobo. Prodajni asortima bo Mercatorjev. Zaposlenim bo potrebno posredovati čim več motivacijskih elementov, da bodo lažje sprejeli in se hitreje identificirali s poslanstvom najboljšega sosedu. Sama Slovenska Bistrica pa naj bi bila v doglednem času bogatejša za hipermarket s celovito Mercatorjevo ponud-



Delikatesni oddelek
v slovenjebistriški
samopostrežbi v
pritličju blagovnice

bo. Prvi rezultati naše povezave z Mercatorjem so vidni v naših trgovinah. Izdelki s trajno nizkimi cenami, z blagovno znamko Mercator in številne prodajne akcije, so povečale prodajo in predvsem zadovoljstvo kupcev", je še povedal Milan Stegne. Ob obisku je priložnost nanese, da

smo pokramljali tudi s poslovodjem samopostrežbe v slovenjebistriški blagovnici **Jožetom Trglecem**, ki je predstavnik sveta delavcev v nadzornem svetu družbe Planika. "Človeško razumljivo je, da je zamenjava lastnika dogodek, ki ga spremlja nezaupanje. Za kupce lastnik trgovine

ni pomemben. Zanje so pomembne cene, kakovost in ljudje, ki jim strežejo ter v kakšnem prostoru so postreženi. Pod Mercatorjevo znamko smo jim že ponudili prve vtise in če sodim po povečanem povpraševanju v naši trgovini, so zadovoljni." Vesna Bleiweis



Blagovnica v Oplotnici



Kva, a tud u Sluvensk Bistr?

POVEZOVANJE Z VELIKIM TRGOVCEM NUJNOST TUDI V JELŠI

Trgovska družba Jelša iz Šmarja pri Jelšah je sredi 80 let izstopila iz Mercatorja, spomladi letos pa je storila prve korake za svojo vrnitev. Njena večinska lastnica je postala družba Mercator SVS iz Ptuja.

Obiskali smo torej stare znance, čeprav so se medtem že temeljito kadrovsko in tudi sicer spremenili. Nič dosti pa se ni spremenilo okolje, v katerem Jelša posluje. Šmarska in sosednje občine, ki jih oskrbujejo Jelšini trgovci, je z izjemo Rogaške Slatine in Podčetrтка, kjer prevladujejo sezonski kupci, razdrobljena v vaška naselja. S trgovino se poleg Jelše ukvarja še vrsta podjetnikov. V relativno majhnem in ruralnem okolju je konkurence med trgovci več kot dovolj.

Na zadnji dan leta 1998 je bila vrednost Jelšinega kapitala nekaj manj kot 930 milijonov tolarjev. Največji lastniki družbe so bili Jelšini zaposleni, bivši zaposleni, upokojenci in druge fizične osebe, ki so imele nekaj več kot 58% lastniški delež. V Jelši je zaposlenih 166 delavcev, ki so v letu 1998 ustvarili za okoli 2,5 milijardi tolarjev prometa in nekaj manj kot 9,5 milijonov tolarjev čistega dobička. Promet in dobiček sta bila ustvarjena v 29 maloprodajnih enotah, dveh grosističnih in 4 gostinskih poslovnih enotah. Skupno Jelšine prodajne in skladiščne površine znašajo nekaj manj kot 13.000 kvadratnih metrov. V strukturi prodaje prednjači živilski oziroma market program - 70%, ostalo pa predstavlja predvsem prodaja tekstila in športnega programa ter gostinstvo. V zadnjih treh letih se je posvetili predvsem vlaganjem v informacijski sistem in so vse maloprodajne enote, enako tudi grosistične in gostinske, opremljene s POS sistemom. Vlagali so tudi v razširitev maloprodajne mreže. Predvsem v Rogaški Slatini so z nakupom blagovnice Metro zaokrožili

svojo ponudbo. Razvili so svojo nakupovalno kartico "kartico ugodnega nakupa", ki je pri potrošnikih naletela na ugoden odmev. Okoli 3.500 občanov jo pridno uporablja.

Marjan Babič je direktor Jelše od leta 1988.

"Jasnost in preglednost poslovanja vsake od poslovnih enot je temelj poslovanja celotne družbe. Informacijski sistem nam sicer omogoča učinkovito ukrepanje in prilagajanje, vendar je za preživetje in razvoj to odločno premalo. Danes igra ekonomija obsega, v kateri majhni kot smo, nimamo prav dosti pričakovati. Zato



Marjan Babič, direktor Jelše



Samopostrežba v Podčetrtku bo prva na vrsti za prenovu



Vse trgovine imajo POS sistem



Notranjost samopostrežbe v Podčetrtku

je bila za nas nujna odločitev o povezavi s trgovskim sistemom, ki na njej gradi svojo konkurenčnost. Z družbo Mercator SVS smo sosedje in edina racionalna odločitev je bila povezava z njo. Tako bodo oziroma so blagodatne naše povezave že deležni potrošniki

v vseh naših maloprodajnih enotah, hkrati pa je družba Mercator SVS razširila svoje vplivno območje. To za seboj potegne racionalno oskrbo, standardizirano ponudbo in ne nazadnje koncentracijo in standardizacijo prodajnega prostora. Postopno bodo

vse naše prodajalne dobile zunanjo in notranjo Mercatorjevo podobo. Prepričan sem, da bodo tudi šmarski potrošniki kmalu lahko nakupovali v sodobnem, našem okolju in kupni moči primernem hipermarketu," je dejal Marjan Babič.

Prva Jelšina samopostrežba, ki naj bi dobila Mercatorjevo podobo, bo v Podčetrtku, streljaj od centra Atomskih toplic. Ob našem obisku smo v njej naleteli na skupino poslovodij Jelšinih trgovin, ki so poslušali kritične, vendar dobronamerne besede Mire Čuček, direktorice programskega sektorja živil in dnevne potrošnje iz Mercator SVS. Bili so videti nekoliko zaskrbljeni ob dejstvih, ki jih je v zvezi s prostorsko in programsko prenovo trgovin po Mercatorjevih standardih, napovedala odločna direktorica. Prenova oziroma nova podoba prve, ki ji bodo sledile še v Rogaški Slatini, Šmarju in drugih večjih naseljih, bo zaskrbljenost prav gotovo pregnala. Prav gotovo pa bodo odločitev za vključitev Jelše v Mercatorjevo družino najbolj pozdravili potrošniki. In zaradi njih smo trgovci tu, mar ne?



Pogovor Mire Čuček s poslovodjema o prenovi Jelšinih trgovin

Vesna Bleiweis



Teodor Štrukelj, direktor Alpkomerca in Zoran Janković z zaposlenimi



Zgledno urejen oddelek s sadjem in zelenjavo ter police



ALPKOMERCOVA MALOPRODAJA V MERCATORJEVI FRANŠIZI

Tolminski Alpkomerc in Mercator sta konec junija letos sklenila protokol o prehodu vseh Alpkomercovih maloprodajnih enot v Mercatorjevo franšizo.

Jedro protokola je oskrba in ureditev Alpkomercovih maloprodajnih enot po Mercatorjevih standardih.

Kmalu po sklenitvi protokola je Tolminsko obšla novica, da bo Mercator prvo franšizno trgovino - samopostrežbo v blagovnici v središču Tolmina odprl 19. julija.

Trgovino so ob pomoči zaposlenih urejali Mercatorjevi sodelavci iz oddelka za merchandising. Ti so zaposlenim v trgovini tudi posredovali osnovno vedenje o tem, kako in zakaj prav določen izdelek na določeno polico.

Otvoritev je minila v prazničnem vzdušju, z mnogimi pokušinami in drugimi, kupcem prijaznimi aktivnostmi. Kupci so bili z ureditvijo in ponudbo zadovoljni, kar se je odrazilo tudi na izkupičku.

Uspešnost franšiznega razmerja je v veliki meri odvisna od tega, kako po eni strani dajalec franšize oskrbuje jemalca franšize (z blagom, informacijami...) in kako jemalec franšize spoštuje in udejanja dogovorjeni odnos. Pomembno je torej spoštovanje dogovorjenega partnerskega odnosa.

Sestavni del tega odnosa je tudi presajanje prodajnih in prostorskih standardov dajalca franšize v poslovanje jemalca franšize. V tem kontekstu je torej zelo pomembno, koliko in kaj sta partnerja vložila v znanje in voljo zaposlenih, da bodo franšizne trgovine permanentno, ves čas franšiznega razmerja imele podobo in vsebino, kot jo zahteva dajalec franšize. Za nobeno ceno se namreč ne sme zgoditi, da bi prodajni prostor čez čas, ko prva in predvsem vzorčna polnitev polic poide, jemalec franšize zašel na stara pota. Skazita se namen in podoba partnerjev. Občasne kontrole in predvsem izobraževanje zaposlenih v franšiznih trgovinah s strani dajalca franšize ne bi smele biti problem zlasti ne v primerih, ko je sprejel v franšizo maloprodajno mrežo celega podjetja. Jemalec franšize je pred kupci dolžan skrbeti tako za svoj ugled kot za ugled partnerja.

Vesna Bleiweis

V PRENOVLJENI TRGOVINI NA VRHNIKI

V senci največjega Mercatorja na svetu so na Vrhniki 31. avgusta slovesno, za kupce pa 1. septembra odprli prenovljeno samopostrežbo v Ulici 6. maja. Trgovina v pritličju stanovanjskega bloka je zasijala v novi podobi. Najbolj razveseljav podatek - trgovina nima več arhitektonskih ovir za invalide.



Prenovljena trgovina na Vrhniki

Bolj kot na dan otvoritve si je naše nove trgovine treba ogledati potem, ko so v njih kupci in ko morajo zaposleni delovati kot dobro naoljen stroj.

V pogovoru s **poslovodkinjo Jožico Jesenko**, ki je prišla na Vrhniko iz Notranjih Goric, smo izvedeli o zadovoljstvu kupcev. Pa tudi pri njih smo se prepričali, da je to, kar nam je povedala prijazna poslovodkinja Jožica, res.

Trgovini se je pisala slaba prihodnost, saj ni več ustrezala niti minimalnim standardom. V maloprodajnem območju I Mercator Trgovine Ljubljana, ki ga vodi direktorica **Alojzija Zakrajšek**, so se odločili za temeljito prenovo. Prenova vsakega kvadratnega metra skupne površine je veljala nekaj manj kot milijon nemških mark. Prodajna površina pa se je od 220 metrov povečala na 290 kvadratnih metrov. Da je opremljena po vseh Mercatorjevih standardih, ni treba posebej povedati. Pri prvi polnitvi so zaposlene, dvanajst jih je, na police zložile okoli 3.700 izdelkov.

"Vse imamo pripravljeno, da se bo v doglednem času in-

stalirala tudi prepotrebna POS oprema, ki je sedaj še nima-mo. Kupec namreč izredno rad vidi, kaj je kupil in koliko izdelek stane. Ko bodo komunalci končali z obnovo ulice pred trgovino, bo tudi kupcem dostop do trgovine enostavnejši, enako velja tudi za oskrbovalce. Ozko grlo je skladišče. Pa se že nekako znajdemo. Pomembno je, da niso prazne police in da predvsem z našo prijaznostjo in ustrežljivostjo napolnimo trgovino. Od nas pričakujejo kar precejšnje povečanje prometa. Prepričana sem, da bomo s sodelavkami pričakovanja uresničile. Izdelki s trajno nizkimi cenami, izdelki v posebnih prodajnih akcijah in izdelki z Mercatorjevo blagovno znamko gredo za med," nam je še povedala poslovodkinja.

Sicer pa se je za prenovljeno trgovino, brez arhitektonskih ovir za invalide, Mercatorju zahvalilo tudi Društvo invalidov Vrhnika.

Vesna Bleiweis



Jožica Jesenko, poslovodkinja na Vrhniki



Živahno nakupovalno dopoldne



Zadovoljen z najboljšim sosedom



Po 36. letih do nove obleke



Le redkokdaj vidimo dogajanje za trgovino

SOSEDOVA NOVA OBLEKA V DRAVLJAH

Dober streljaj od veličastnega Mercator Centra, le na drugi strani gorenjske vpadnice, bolj na vasi kot v mestu, v Dravljah, je po 36 letih Mercatorjeva trgovina povsem spremenila svojo podobo.

Bil je že skrajni čas. Zob časa je tako zunaj in znotraj opravil svoje.

"V Sojerjevi ulici stanujem, vendar kupujem v različnih trgovinah. Domača trgovina je pa le "domača" in prav vesela sem njene prenove. Moram reči, da je Mercator v zadnjem času naredil tak kvaliteten skok in prav je, da smo ga deležni tudi kupci v manjših trgovinah na obrobju mesta. Mercator center? Seveda, bila sem v njem in pustila zajeten kupček denarja! Toda po to, kar potrebujem vsak dan, prihajam v najbližjo trgovino ali pa nakupim med drugimi opravki izven svoje "matične luke". Veselilo me bo, če se bodo tudi zaposlene v novi trgovini počutile enako dobro kot se počutimo kupci. Dobro ste zastavili v Mercatorju," nam je dejala gospa, ki je kupovala delikateso. Moram reči, da mi je pohvala godila. Prepričana sem, da jih bodo deležne tudi poslovodkinja **Marica Colič-Šprem** in njenih 8 sodelavk.



Marica Colič-Šprem, poslovodkinja v Dravljah

"Naše udarno prodajno mesto je prav gotovo oddelek s sadjem in zelenjavo. Tu se bo pokazalo, koliko smo sposobni konkurirati. Udarni prodajni izdelki pa so označeni z rdečimi okvirčki in z blagovno znamko Mercator. Dravlje so bolj vas kot ne in tu se s kupci poznamo. Naši odnosi z njimi so pristnejši in neposrednejši. Zato ni bila množica naših stalnih strank pred otvoritvijo nobeno presenečenje. Tako, kot smo jih pričakali ob slovesnem trenutku 7. septembra, jih moramo pričakati vsak dan. Ponuditi ljubeznjivost, polno polico, kakovost in konkurenčne cene. In če je "mašnica" zavezana tudi z lepim in sodobnim prodajnim prostorom, se za kupce ni bati. POS opreme še nimamo, bo pa prišla kasneje, tako pravi naš direktor gospod Robert Vodopivec. Soseda, Centra pa si res še nisem ogledala, smo imeli preveč dela pri naši trgovini. Na novosti se bomo morale navaditi vse. Z nekaj počitka bo šlo vse dobro od rok," je bila zgovorna poslovodkinja. V trgovini je bilo živahno. Kupci so potrebovali kar nekaj pomoči, da so našli zaželeno. Ustavljali so se ob mizicah za pokušine, pokramljali med sabo o sosedskih novicah in rekli nekaj tudi o novi trgovini. Prav prijazno vzdušje!

Vesna Bleiweis

GALOPERJI V KOČEVJU

Mercator Kmetijsko gospodarstvo Kočevje je zadnjo soboto v avgustu organiziralo tradicionalno, 7. mednarodno konjeniško galopsko dirko za trofejo Mercator Kmetijskega gospodarstva Kočevje. Ob progi se je zbrala množica od blizu in daleč in potrdila, da se z dirko ne more kosati nobena druga kočevska prireditel.

Med drugim je uradni komentator dirke omenil tudi razprtije, ki vladajo v slovenskem konjeniškem športu. Kaže pa, da te prav nič ne vplivajo na organizatorja. Galopsko dirko je pripravil in izvedel korektno in po predpisih, ki veljajo za mednarodne galopske dirke. Prvič so konji startali iz posebne startne naprave, izposojene v Zagrebu, saj tovrstne naprave nima nihče v Sloveniji. Zatrjujejo pa, da bo prav v Kočevju drugo leto že tudi prva tovrstna naprava v Sloveniji in prva galopska steza za trening.

Tekmovalce, goste in občinstvo je pozdravil **Janez Žlindra**, direktor podjetja. V Kočevju so nedvomno ljudje, ki lahko to prelepo pokrajino spremenijo tako, da bo prepoznavna v gospodarskem, političnem in športnem pogledu. Grenke izkušnje in spomine je treba nadgraditi z novimi, v prihodnost usmerjenimi projekti. V tej misli je odstrta tudi vloga in pomen Mercator Kmetijskega gospodarstva Kočevje kot uspešnega podjetja, ki ohranja delovna mesta, krajino, na živinorejskem področju dosega evropsko primerljive rezultate, utira pot kočevskim turističnim ambicijam in ne nazadnje skrbi, da se najmanj enkrat na leto na njegovi farmi na Mlaki zbere velika množica ljubiteljev konjskega športa. Del pašnikov na vzorno urejeni goveji farmi na Mlaki je bil 28. avgusta spremenjen v imenitno galopsko stezo. Na njej so se prvi pomerili delovni konji in veterani, ki kljub tekmovalni zagrizenosti jezdecev, publike in stavcev še niso povsem razvneli. Ko pa so se iz startne naprave pognali plemeniti konji, je med občinstvom zavrsalo. Vrhunec prireditve je bil nastop polnokrvnih konjev na 2.400 m.



Množica ob dirkališču



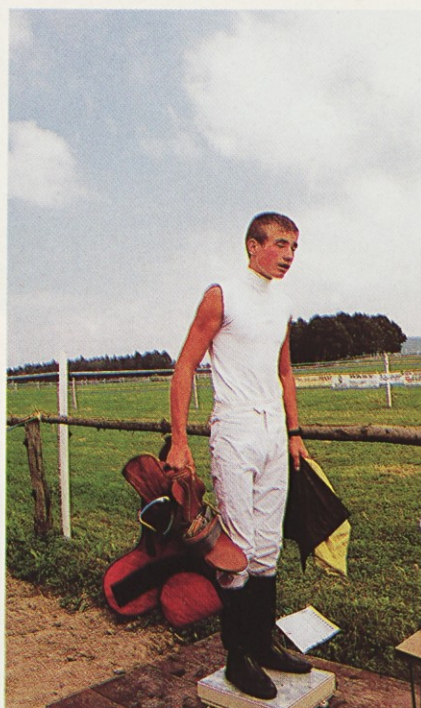
V Kočevju bo drugo leto lastna startna naprava



Janez Žlindra in Alojz Kovač - zmagovalca kočevske dirke



Trofeja Mercator Kmetijskega gospodarstva Kočevje v rokah lastnice konja Uršule Flis



Tehtanje jezdecev z opremo - sestavni del pravih

Predstavniki sponzorjev, med njimi tudi član Mercatorjeve uprave Aleš Čerin in direktorica Mercatorjevega sektorja za industrijo, kmetijstvo in storitve mag. Desa Benedičič, so podelili nagrade, trofejo Mercator Kmetijskega gospodarstva Kočevje pa je zmagovalcu najbolj elitne dirke na 2.400 metrov izročil Janez Žlindra.

Dobro razpoloženo občinstvo je prijetno in športno obarvano popoldne nadaljevalo z zabavo ob kravji ruleti in na veselici. Tako kot se spodobi. Že naslednji dan pa se je prav tako na Mlaki pomerilo okoli 50 "frajtonarjev". Pa recite, da na Kočevskem ni ljudi, ki znajo združiti koristno s prijetnim, če si upate.

Mercator Kmetijsko gospodarstvo Kočevje v svojo gostinsko-turistično ponudbo vključuje tudi jahanje. Na farmi Mlaka imajo nekaj svojih konj, pričakujejo pa tudi nekaj plemenitejšega naraščaja, tako da bodo tudi za njihove barve galopirali prvorazredni lepotci.

Sicer pa so se med najboljše konje in jezdece uvrstili tudi domačini:

- v kategoriji kmečkih konj sta Valerija Štrbuc s Tajgo in Alojz Kovač z Mikijem zasedla 1. in 3. mesto;
 - v dirki veteranov je Alojz Kovač s Kiwijem zasedel 1. mesto
 - v dirki športnih konjev "B" pa je bila Valerija Štrbuc na Kiwiju peta.
- Trofejo Mercator Kmetijskega gospodarstva Kočevje je osvojil Gympie z jezdecem Majerichem, konj pa je last Uršule Flis.

Vesna Bleiweis



MERCATOR CENTER LJUBLJANA V SLIKI IN BESEDI



MERCATOR CENTER LJUBLJANA V SLIKI IN BESEDI

Zgraditi in odpreti okoli 30.000 kvadratnih metrov pokritih in drugih površin v letu dni je gotovo dosežek izvajalcev vseh del, hkrati pa tudi dosežek vseh strokovnih služb in mnogih neopaznih sodelavcev, ki so sodelovali pri oblikovanju vsebine Mercator Centra Ljubljana. Pred letom dni je bil položen temeljni kamen in mnogi nam niso verjeli, da bo na območju propadajoče Tovarne dekorativnih tkanin v letu dni objekt, ki bo v ponos Mercatorju in prestolnemu mestu.

Vrata je v letu dni, 26. avgusta 1999, odprla največja investicija slovenskega gospodarstva v tem letu.

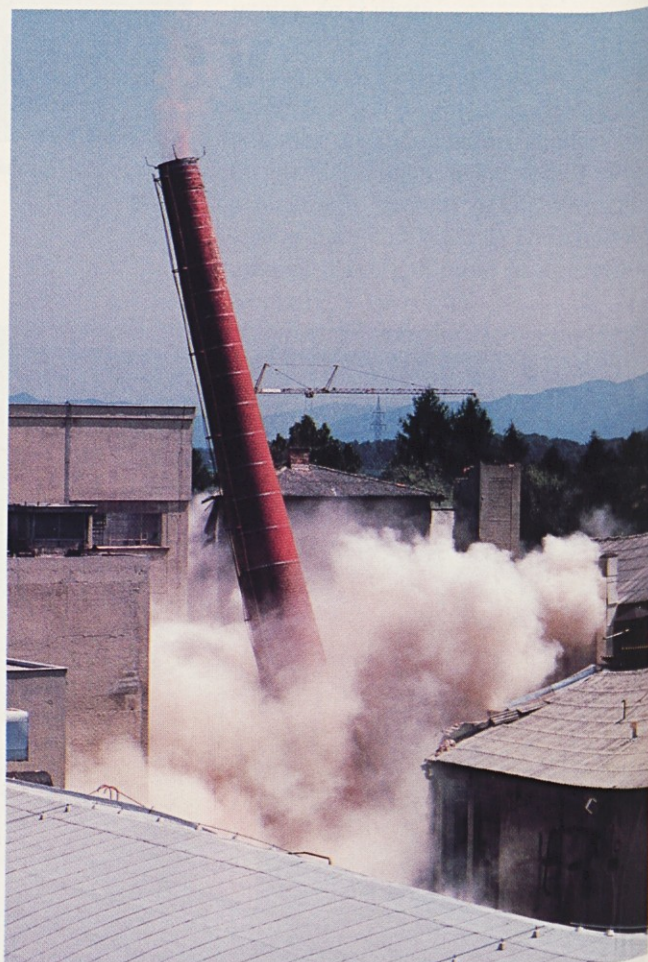


Julij 1998 - zazidan temeljni kamen

Otvoritvena slovesnost je bila 25. avgusta. Udeležili so se je mnogi predstavniki različnih javnosti - politične, gospodarske, kulturne, športne.... za vse je bilo prvo srečanje z Mercator Centrom Ljubljana presenečenje in priznanja so deževala.

Zoran Janković orisal Mercator v zadnjih dveh letih

"Naša razvojna strategija je v zadnjih dveh letih iz črke na papirju preskočila v oprijemljiva in vidna dejstva. Od novogradenj velikih nakupovalnih centrov in prenov maloprodajnih enot, do rasti tržnega deleža v slovenskem pro-



Avгust 1998 - pade dimnik Dekorativne

storu od okoli 16 na 25%. Poteze, s katerimi širimo svoja vplivna območja v Sloveniji in izven njenih meja, niso več šokantne in postajajo sestavni del vsakdanjega gospodarskega življenja v državi. Leti 1998 in 1999 sta za ta naš razvojni cikel izredno pomembni. Najbolje njun pomen ilustrirajo poslovni izidi in stalna rast cene naše delnice. V letu 1997 nekaj več kot 2 milijardi izgube iz poslovanja, v



Gostje na otvoritveni slovesnosti

letu 1998 nekaj manj kot 1,5 milijarde čistega dobička. Ob koncu leta 1997 je bila vrednost delnice 4.361 tolarjev, ob koncu leta 1998 7.299 in danes je preko 11.000 tolarjev. Ob koncu leta 1999 bo dobiček Skupine Mercator nekaj višji od dveh milijard tolarjev. Če hočemo v tretje tisočletje vstopiti kot vseslovenska trgovska družba, primerljiva s podobnimi družbami v evropskem prostoru, moramo še vlagati v naš razvoj. Vse bolj razgledan, zahteven in osveščen slovenski potrošnik zahteva sodoben, prijazen nakupovalni prostor. V nakupovalnih centrih, zlasti s Centrom v Ljubljani dokazujemo, da smo na dobri poti."

O Mercator centru pa je dejal:

"Ponosen sem, da je tako prostorska kot programska zasnova celotnega centra plod našega lastnega znanja in izkušenj. Pridobivali smo jih ob postavljanju podobnih centrov v Kopru, Ptuj, Mariboru. Naši strokovnjaki različnih strokovnih področij v tem objektu. Za 4,5 milijarde tolarjev smo zgradili 15.000 tisoč kvadratnih metrov prodajnih površin, 10.000 kvadratnih metrov pokritih garažnih prostorov in 24.000 kvadratnih metrov zunanjih parkirnih in manipulacijskih površin. Osrednji maloprodajni objekt je 5.100 kvadratnih metrov velik hipermarket Mercator, ostale prodajne površine pa so namenjene še 29 prodajalnam ali drugim osebnim storitvam. V celotnem centru bo zaposlenih 250 ljudi, od tega v našem hipermarketu 140. Še pred začetkom gradnje smo takoj po rušenju stare Tovarne dekorativnih tkanin - njen dimnik je padel na današnji dan pred letom dni, opravili temeljito sanacijo gradbenega zemljišča in se odločili, da ohranimo zeleni pristan, ki je ostal po rušenju in ga dopolnimo z novimi ozelenitvami ter tako arhitektonsko dovršenemu objektu dodamo plemenito odsevanje barvitosti letnih časov. Arhitektonskih

ovir v objektu ni. Lahko rečem, da smo zgradili objekt, ki je po vseh kriterijih prijazen do ljudi in okolja. Naša želja je, da ga ljudje, ki mu bodo vdihnili življenjski vrvež sprejmejo za svojega, za mesto svojih prijaznih srečavanj ob nakupih. Želim, da ga tako sprejme tudi Ljubljana kot slovenska prestolnica, ki smo jo s tem centrom obogatili za trgovski prostor s povsem mestotvorno arhitekturo in s katerim se lahko kosa s slavnějšími evropskimi mesti.

Temeljni kamen za Center smo postavili 21. junija 1998 in obljubili, da bo čez dobro leto odprt. **Zasluge gredo predvsem glavni projektantki dipl. ing. Tanisi Benulič, projektantom in koordinatorjem iz naše družbe Mercator Optima, izvajalcu gradbenih in koordinatorju vseh ostalih del podjetju Energoplan pod vodstvom glavnega delovodje gradbišča Branka Bočkorja, dobaviteljem tehnične in tehnološke opreme, nadzorniku del dipl. ing. Ivu Stanjku, tesnemu sodelovanju pristojnih upravnih organov in služb Republike Slovenije, strokovnim sodelavcem Mercatorja pod vodstvom dipl. ing. Marka Umbergerja.** Naša obljuba je bila neusmiljen priganjač in izziv za njihove strokovne in človeške potenciale. Zato bi bilo nepravilno, če jih ne bi izpostavil in se jim posebej zahvalil. Prav nič manj pa nisem ponosen in dolžan zahvale celi vrsti neomenjenih soustvarjalcev tega lepega objekta. Vsem skupaj iskrena hvala.

Od vseh, ki boste delali v Centru, zlasti pa od svojih sodelavcev v Centru Mercator in njegovega direktorja Marka Gvardjančiča, pričakujem, da bodo sledili zgledu ljudi, ki so Center gradili. Center naj bo vzor trgovske profesionalnosti, kakovosti ljudi, odnosov med potrošniki in trgovci. Le tako si bo največja gospodarska naložba v Sloveniji v letu 1999 zagotovila sloves in ekonomsko potrditev. Vsem želim izpolnitev poslovnih in osebnih pričakovanj."



Likof za sodelavce nekaj dni pred otvoritvijo



Otvoritveni dan se je začel s kolegijem direktorjev vseh Mercatorjevih družb



Ljubljanska županja Viktorija Potočnik v spremstvu Marka Gvardjančiča, direktorja Mercator Centra Ljubljana in Zorana Jankoviča pri slovesnem opravilu

Ljubljanska županja Viktorija Potočnik

je Mercator Center Ljubljana pozdravila z naslednjim razmišljanjem:

"Priložnost, kot je današnja - odprtje velikega, v marsičem izjemnega nakupovalnega središča - je v prvi vrsti priložnost za izrekanje pohval. Tistim, ki znajo in si upajo. Vendar pa se mi, kljub temu ali prav zato, tokrat zdi potrebno opozoriti na nekatera dejstva, ki opredeljujejo gospodarsko stvarnost tukaj in zdaj.

V kratki zgodovini slovenske države je bilo in je že mnogo posplošenih napadov na slovenske podjetnike oziroma podjetja. Če na hitro preletimo samostojno pot, in pod drobnogled vzamemo v javnosti najbolj odmevne domnevne afere v gospodarstvu, je njihova skupna značilnost prav splošnost, površnost. V običajnih poslovnih in pravnih ureditvah nepravilnosti odkrivajo, preganjajo in sodijo ali oproščajo ustrezne institucije; osumljeni, obtoženi ali krivci pa imajo svoje ime in priimek. Splošne krivde ali krivde kar tako sodobni pravni in demokratični red ne pozna. Še manj primerno je napadati in obsojati cela podjetja, kajti taki napadalci ogrožajo in škodijo poslovnemu podobi podjetja, razvoju podjetja in včasih ogrožajo tudi samoobstoj podjetja. Pravo tako ozadje takih napadov nikoli niso poštene interesi obrambe javnosti ampak gre za demagogijo in lahko tudi za

namerno oslabitev podjetja in posledično nadomestitev sicer učinkovite uprave z domnevno pravimi ljudmi. Zato bi na tem mestu čestitala tistim, ki ste vse take napade vzdržali in hkrati učvrstili poslovne pozicije v družbah, ki so vam bile zaupane.

Bolj pomembno kot razpravljati in analizirati gospodarstvo v kotlu politikanstva, pa se mi zdi spregovoriti o tem, kar tu stoji pred nami - gre namreč za koncentracijo in centralizacijo nacionalnega trgovskega kapitala. S takimi in podobnimi projekti v drugih gospodarskih dejavnostih v naši državi, lahko mirno pričakamo neizbežno a tudi koristno evropsko in svetovno poslovno konkurenco. Obstaja namreč nek minimalen obseg integracije, ki je nujen pogoj za enakopraven boj v svetovni poslovni areni.

Čeprav ne zanikam ključne vloge države v ustvarjanju okvirnih pogojev za delovanje nacionalnega gospodarstva pa razmišljam tudi o poslovno tržnem prostoru, ki ga lahko zavzame mesto Ljubljana. Tudi ne mislim le na urejanje zemljišč, urbanizem, komunalo in podobno, ampak tudi na določena konkretna poslovna področja, kjer bi mesto s stvarnimi vložki, kot je na primer lahko določena infrastrukturna mreža, dejavno dopolnilo pretežno zasebno lastninsko pobudo in strukturo. To predvsem tam, kjer imajo te dejavnosti lahko veliko korist za javnost npr. izboljšanje in pocenitev telekomunikacijskih storitev in tudi tam, kjer bi



"Spoštovane gospe, spoštovani gospodje: največji Mercator na svetu torej odpira svoja vrata. Želim in upam, da bo skoznje prihajalo čim več zahtevnih in odhajalo še več zadovoljnih kupcev!" (Viktorija Potočnik v otvoritvenem nagovoru)

mesto s takimi poslovnimi potezami lahko pomagalo pri koncentraciji podjetniškega slovenskega kapitala v najbolj pomembnih razvojnih in tudi dobičkonosnih poslovnih točkah. Zakaj bi na primer razprodali telekomunikacije tujcem, če lahko pod enakimi pogoji pritegnemo nacionalni kapital, ki tudi išče poslovno primerna polja. To ne pomeni, da podpiram takšno nacionalno ekonomsko omejenost, ampak pomeni, da podpiram nacionalno samozavest in državotvorno ravnanje. In nazadnje, pa ne nenazadnje: podporo in pohvalo zaslužijo tiste poslovne poteze, ki v našem in drugih slovenskih mestih zagotavljajo nova delovna mesta. Ljubljana na srečo nikoli ni tako silovito občutila naraščanja nezaposlenosti, kar pa ne pomeni, da je tovrstne izkušnje ne čakajo več. Potrebno je še kako veliko izkušenosti in iznajdljivosti, da bodo delovna mesta, ki so ali jih načrtujemo konkurenčna tudi, ko bodo na trgu storitev zavladali pogoji, ki jih narekuje harmonizacija našega z redom Evropske unije. Spoštovane gospe, spoštovani gospodje: največji Mercator na svetu torej odpira svoja vrata. Želim in upam, da bo skoznje prihajalo čim več zahtevnih in odhajalo še več zadovoljnih kupcev."



Blagajničarke in blagajniki pred otvoritvijo



Pozdrav ljubljanske županje Viktorije Potočnik z namestnico direktorja Mercator Centra Ljubljana Miro Breznik



Košare s kruhom Pekarne Grosuplje res še niso bile polne, vendar pozdrav z županjo je bil prisrčen



Mnozica kupcev je 26. avgusta 1999 prijazno pozdravila predsednika države Milana Kučana in soprogo Štefko



Arhitektki Tanisi Benulič je priznanje predsednika uprave privoščila tudi Štefka Kučan



Med gosti, ki so nam bili še posebej ljubi, sta bila dolgoletna Mercatorjeva direktorja oziroma predsednika uprave Adi Osterc in Miran Goslar in upokojeni direktorji Mercatorjevih družb. Zbrane so bile vse generacije Mercatorjevih vodilnih ljudi, ki so ustvarjali materialno in človeško bazo sedanjega Mercatorja. Stisk rok vseh generacij je bil čvrst in povsem dovolj za priznanje in pohvalo opravljenemu delu.



O tem, kako so v hipermarketu, Modiani, Santana baru, trgovini Trgoavta, cvetličarni Aura - trgovini Mercator Kmetijstva Kranj, Studiu M - trgovini s pohištvom in M restavraciji preziveli prvi, po besedah mnogih, nori mesec, pa v prihodnji številki časopisa.



**NAJLEPŠI
MERCATOR CENTER NA SVETU
NOVO MESTO
V SLIKI IN BESEDI**



Odsev zastav na zasteklenem pročelju



Množica pred vhodom

V steklenem pročelju najlepšega Mercatorjevega centra v Novem mestu, kaj v Novem mestu, na svetu, so 11. septembra odsevale zastave in mehke jesenske barve narave. Pod njimi je valovila množica. Ko se je izpod neba s padalom spustil dolenski narodni junak Lojze Slak s harmoniko pa je zahrnel bučen aplavz.

Mercator Center Novo mesto je 6. regijski nakupovalni center, ki ga je Mercator zgradil v slabih dveh letih. V mnogočem je rekorder sicer ljubljanski center, toda v gradnji je nedvomno rekorder novomeški. Iz stare industrijske hale Iskre Tenela, so ga gradbinci GP Grosuplje in drugi izvajalci del, po načrtih arhitekta Vladimirja Koželja iz Mercator Optime, prelevili v lepota v 5 mesecih.

Za 1,8 milijarde tolarjev je na Cikavi, streljaj od središča Novega mesta, 7.600 kvadratnih metrov velik nakupovalni center. Osrednji prodajni objekt je Mercatorjev hipermarket, ki na okoli 2.000 kvadratnih metrih prodajne površine ponuja preko 15.000 različnih živilskih in neživilskih izdelkov. Poleg hipermarketa pa je v centru še 19 drugih lokalov, med njimi Mercatorjeva Modiana, Trgoavto, Santana bar, Mercatorjeva tehnična trgovina in Intersport. Celovito ponudbo zaključujejo še restavracija, trgovina s čevlji, medicinskimi pripomočki, banka, cvetličarna in še vrsta drugih storitvenih dejavnosti. V hipermarketu je zaposlenih 52 delavcev, v celotnem centru pa še 66. Dovolj prostora za nakupovalce in obiskovalce bo na 400 parkirnih mestih.



Na zdravje najboljšega soseda s cvičkom



Stane Hribar, Tone Hrovat in Zoran Jankovič z nabrušenimi škarjami

Ni zato, z ne malo ponosa generalni direktor Mercator Dolenjske **Stane Hribar**, ki je prvi nagovoril množico, dejal, da se Mercator z objektom in s ponudbo v njem, lahko povsem enači s prestolnim slovenskim mestom in drugimi mesti, ki so podobne centre dobili pred Dolenjci. Mercator Dolenjska, tako je dejal njen prvi mož, je v zadnjih dveh letih z organizacijskimi spremembami v Mercatorju, postala osrednja trgovska družba na Dolenjskem, Beli Krajini in v Posavju, z nakupom delnic trgovske družbe Posavje iz Brežic, pa je segla še na samo stičišče Save in Krke. Tudi tu naj bi v doglednem času stal Mercatorjev hipermarket. Mercator Dolenjska pa bo štela okoli 1110 zaposlenih. Družba Mercator Dolenjska je lani ustvarila 15,3 milijard čistega prihodka in 111 milijonov čistega dobička. Tudi letošnji polletni rezultati -7,7 milijard čistega prihodka in 98 milijonov čistega dobička, kažejo, da se bo leto 1999 dobro in načrtovano izteklo. Tudi

uspešno poslovanje Mercator Dolenjske prispeva k rasti cene Mercatorjeve delnice.

"Želim, da bi vsi, ki ste prišli k nam že danes, prihajali vsak dan, ali pa po večjih tedenskih nakupih. Prepričan sem, da bomo z raznoliko, kakovostno in cenovno konkurenčno ponudbo ne samo na Cikavi, temveč v vseh naših trgovinah, zaslužili ime najboljšega soseda," je svoj nagovor zbranim končal Stane Hribar.

Častni gost, ki je s Hribarjem in Jankovičem prerezal rdeči trak, je bil predsednik državnega sveta **Tone Hrovat**, v Ljubljano preseljeni Dolenjec. Po njegovih besedah se morajo lokalna, od Ljubljane zapostavljena središča, tudi s trgovskimi centri kot je Mercator Center v Novem mestu, postaviti na noge, z ustvarjalnimi in drugimi potenciali pa ponovno ustvariti gospodarsko moč, ki jo je Novo mesto že imelo in je je bila deležna vsa Dolenjska.

Zoran Jankovič, ki naj bi po prvotnem scenariju otvoritvene prireditve baje skočil s padalom in na prizorišče prinesel Mercatorjevo zastavo, stavi na Mercatorjeve ljudi. O njih je na otvoritveni slovesnosti povedal:

"Mislim, da družba Mercator Dolenjska, kot ena najstarejših hčera v Mercatorjevi družini, danes odpira enega najlepših Mercatorjevih objektov. Prepričan sem, da je zunanosti enaka tudi notranjost. Mercator Center Novo mesto je delo arhitekta Vladimirja Koželja iz naše Mercator Optime. V sozvočje so ujeti arhitektura, funkcionalnost in okolje.

Mercatorjeva razvojna strategija je v zadnjih dveh letih preskočila v oprijemljivo, vidno, materialno ovrednoteno novo premoženje in poslovne rezultate. To dejstvo se odraža v ugledu Mercatorja doma in preko naših meja, v stabilni rasti vrednosti naše delnice. Pomembno se mi zdi poudariti, da so k temu predvsem prispevali naši ljudje, zaposleni v vseh Mercatorjevih družbah

široj Sloveniji. Od vrhunskih strokovnjakov do zaposlenih v trgovinah, skladiščih, v naši industriji, kmetijstvu in storitvah. Vsi nakupovalni centri in prenove preko 100 maloprodajnih enot, so plod našega, Mercatorjevega znanja. Odgovornost za skupen uspeh, za uresničitev skupnih ciljev, je tudi odgovornost posameznika. Ta je pri nas v Mercatorju nadgrajena še z veliko mero zvestobe in pripadnosti podjetju. S takimi ljudmi nas ni strah nobenih strmin na poti do cilja - popolne primerljivosti s sodobno evropsko trgovino."

In še njegovo povabilo kupcem ter dobre želje partnerjem:

"Vsem, ki ste danes prišli in boste še prihajali v Mercator Center Novo mesto želim, da bi se v njem prijetno počutili in se prepričali v Mercatorjevo kakovost. Prepričanje pa naj dozori v medsebojno, sosedsko zvestobo. Vsem partnerjem, ki so se odločili za poslovne prostore v našem centru in še posebej mojim sodelavcem iz Mercator Dolenjske, želim uspeh."

Vesna Bleiweis



V hipermarketu je 9 blagajn



Lepi navadi - darilo za kolektiv se predsednik Mercatorjeve uprave tudi to pot ni izneveril. Izročil ga je poslovodkinji Greti Šinkovec



Preden so hipermarket zavzeli kupci



Mercatorjeva zastava v zraku



Paša za oči ob delikatesni liniji



Oddelek s sadjem in zelenjavo



Od blizu in daleč pod Mercatorjevimi zastavami. Kako se pod njimi znajdejo zaposleni pa v naslednji številki časopisa

ZDRUŽUJEMO NAJBOLJŠE

Naše geslo ob 50 letnici je "zdrružujemo najboljše". V prvi vrsti je geslo namenjeno nam, zaposlenim v Mercatorju, našim potrošnikom in poslovnim partnerjem. Pod Mercatorjevo marelo pa ob svečanih priložnostih združujemo tudi vrsto vrhunskih slovenskih športnikov, umetnikov, strokovnjakov različnih strok. Z njimi delimo uspehe in če je potrebno, jim do uspehov tudi pomagamo. Med njimi so bili ob svečanih priložnostih v različnih krajih Slovenije naši gostje predstojniki in primariji bolnišnic, nogometaši, košarkarji, rokometaši, kolesarji, smučarji, znana imena slovenske klasične in zabavne glasbe. Objavljamo nekaj posnetkov teh srečanj.



November 1998 - podpis pogodbe o sponzoriranju največjega presenečenja lige prvakov Maribor Teatnica, sponzor Mercator SVS



Jure Zdovc s hčerko in Sani Bečirovič v Mercator centru Ljubljana, sponzor Union Olimpije, Mercator



Rokometasice Krim Electe - finalistke evropske lige prvakov na obisku v Mercator centru Ljubljana



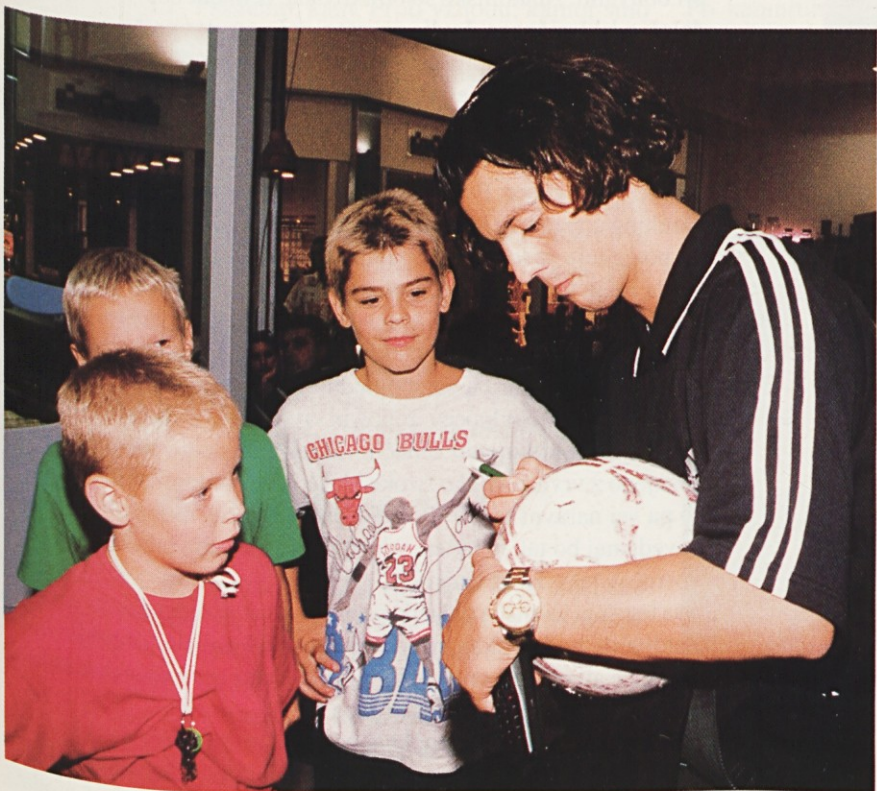
Peti na evropskem prvenstvu za kadete - državna rokometna reprezentanca



Donacija mariborski in murskosoboški bolnišnici, donator Mercator - SVS



Donacija novomeški bolnišnici, donator Mercator-Dolenjska



Zlatko Zahovič član državne nogometne reprezentance deli avtograme, sponzor Mercator



V okviru "rekreacije na mizi" državni reprezentant v namiznem tenisu Željko Ignjatović v dvoboju s predsednikom uprave, sponzor Eta

Rdeča, živahna, intenzivna modna jesen



Rdeča je barva toplote, ljubezni, strasti (in zato je včasih veljala za pregrešno)... Rdeča je tudi barva letošnje modne jeseni. Seže od izrazito živih tonov, preko umirjene bordo, pa do melancan barve. Ob še vedno zelo čislani hladni sivi in vse bolj upoštevanih neizrazitih bež tonih, pomeni rdeča barva izzivalno nasprotje ali pa vsaj topel dodatek.

Torej, sveto siva in bež tvorijo s paleto rdečih tonov okvir za vsa jesenska oblačila. Stil teh pa lahko delimo v tri skupine.

Klasična ženska linija z oprijeto jakno in ne preveč podloženimi rokavi ter s krilom, ki naj seže od tik do ali pa do tik pod kolena. Krilo je lahko tudi zelo dolgo, lahko je ozko ali pa plise. Če imamo raje hlače, si privoščimo klasične - ne prav ozke in ne prav široke. Seveda sta v tej skupini prevladujoča rdeča in siva, pa naj gre za kostim, jakno ali plašč. Materiali so najboljši, od finega kašmirja do voluminoznih buklejev in novih tkanin, ki so lahke in razkošne hkrati. Sem sodijo čevlji z visoko peto, ki naj bodo v barvi osnovnega oblačila - rdeči ali sivi. V isti barvi naj bo tudi torbica, rokavice in klobuk. To so oblačila za ženske z veliko začetnico. In katera med nami se vsaj včasih ne počuti tako?

Druga skupina prinaša ohlapnejšo linijo, ki bi jo lahko opisali kot sproščeno eleganco. Manj je poudarjeno telo, saj so zgornji deli oblačil širši in krajši, široka pa so tudi krila in hlače. Ta stil malce spominja na Japonsko, pridih te eksotične dežele pa je še izrazitejši pri obuvalih. Anatomske so oblikovane, zelo udobne, na pogled pa daleč od klasičnega čevlja in zato našemu povprečnemu okusu malce tuja. Toda k sproščnemu stilu, ki se spogleduje z eksotiko se podajo in zato jih je pričakovati tudi na naših ulicah. Ponekod zato, ker jih pač moda zapoveduje, drugje s pojasnilom: "Čez komot ga ni". Vsekakor je to sveža in domiselna kombinacija udobja in sproščene elegance. Pravijo, da se ženske v Ameriki podajo v službo v treking copatah in kostimčkih, pred vstopom v službeno poslopje pa potegnejo iz torbice elegantne čevlje z visoko peto. Današnja moda jih je tega dodatnega preobnavljanja na cesti rešila. Seveda ob ustreznem stilu oblačila. Tkanine takega stila so pogosto sintetične s posebnimi, izrazitimi in efektnimi vzorci.

Tretji stil te jeseni pa se spogleduje s skavtskimi oblačili. Tu je polno našitkov, poklopcev, žepov in vrvic. Te niso same sebi namen, saj z njimi oblikujemo oblačilo: široko in dolgo krilo je spodaj stisnjeno z vrvico, enako široke hlače. V tej skupini ni rdeče barve, so pa vsi naravni toni v na videz precej grobih in težkih tkaninah. Seveda naj bo tak le videz, v bistvu pa so to zelo lahka pletiva. Le vzorec je tak, da prevara oči.

Vsa letošnja jesenska oblačila pa naj popestrijo tudi krzneni dodatki. Zaključili bodo rokav na puloverju ali kostimu, obrobili bodo rokavice ali pogreli vrat. Pogosto so dodatki iz umetnega krzna, ali iz pravega, vendar barvnega krzna.

Pa še nekaj je novega: poplava pokrival, torbic in obuval iz filca. Morate priznati, da je ta moda zares praktična in enostavna. Kljub tej enostavnosti pa verjetno ne bo prav poceni...ker je pač moda!

Lidija Jež

DENAR NE POZNA VIŠINE



Muzej malaške zgodovine

bná zapoved popotništva! Teta, ki že dolgo časa živi v Avstraliji, gotovo na slovenske nedeljske navade še ni pozabila. Ob misli na dišečo govejo župco pospravim še zadnji zalogaj riža in ga poplaknem s hladno Coca-Colo.

Zgodovina Malake. Kdo bi verjel, da so trgovci na bazarjih Malake v 15. stoletju trgovali in sklepali posle v 84 različnih jezikih. V času vladavine sumatrskega princa Paramesvara je bila Malaka najpomembnejše trgovsko središče. Kitajski cesar je razglasil Malako celo za kraljestvo. Kraljestvo je kaj kmalu dobilo novega lastnika. Bogastvo in strateški položaj mesta sta prevzela Portugalci, ki so mesto osvojili za nadaljnjih 130 let. Mogočna trdnjava "A formosa" (slavna) jih je varovala vse do prihoda Nizozemcev, ki so mesto držali naslednji dve stoletji. Zato, da mesto le še ni prišlo v roke domačinom, so poskrbeli Angleži, ki so Nizozemcem v zameno za Malako, prepustili mesto Bencoleen na drugi strani preliva. Angleži so portugalsko trdnjavo razstrelili. Na portugalsko oblast spominja samo še mogočen portal in še kakšen napol podrt stolp bi se našel. In prav iz enega teh stolpov se je zaslišala miloglasna, zimmzelena melodija Oh, Carol... Pojoči Malajec ni pozabil na klobuk. Nekaj kovancev je moj prispevek - da se mu grlo ne osuši. Sam s seboj sem bil zadovoljen.

Po kamnitih stopnicah smo se s trdnjave spustili v lepo ohranjeni stari del mesta. Nizozemci so pustili močne sledi, dogajalo se ni nič pretresljivega. Nekajkrat smo pritis-

Lije kot iz škafo. Tuhtamo, kam. Proti vzhodu, kamor smo namenjeni, je vse mokro, čeprav je januar in sušna doba. Sicer pa je treba sušno dobo v tropih jemati z rezervo. Ni preveč suha.

"Fantje, jst mam Kejela dost," zmoti šum dežnih kapelj Tomov bariton. Domačini pravijo Kuala Lumpurju na kratko kar Kejel. "Kva, če b šli kr nazaj na zahodno obalo. Tam tko al tko nismo usega vidl, pa še sonce majo," je argumentiral svojo odločitev. Spogledamo se. "Pa ja, pejmo ke. Če bomo za par dni sfalil, bomo pa prestavl let za Indonezijo," se je pri priči strinjal Matjaž. Tudi meni je bilo dežja dovolj. Odločitev - gremo na zahod, je bila soglasno sprejeta. Gremo na potep v zgodovinsko najzanimivejši kraj Malezije, v Malako in njeno okolico.

Oh, Carol v Malaki

"Malakaaaa!" sem od daleč slišal voznikov glas. Zaspano sem sem se dvignil in zravnal. V sebi sem zaslišal očitek. Fant vso pot si prespal, nič videl, nič slišal, nič govoril. V spominu bo popolna luknja.

V prvi ulični restavraciji se ustavimo na "nasi goreng" (pražen riž z zelenjavo in začimbami, pretežno pekočimi). Riž je kar že lep čas hrana stalnica in želodec se ob vsakem obroku odziva "pa ja ne spet riž". Čez dober mesec, ko bomo v Avstraliji, bodo spet župca, krompirček in zelena solata. Ne misliti na domače nedeljske dobrote, je pomem-



Katoliska cerkev v Malaki

NAGRADNA KRIŽANKA

				IZVLEČEK, JEDRO, GLAVNA VSEBINA, BISTVO		RDEČE RJAV DNEVNI METULJ	MUNICIJA	POVEŠT VENCEŠL. WINKLERJA (TRI BESEDE)	ZAVOJ, PAKET	DELOVNO PODROČJE, PRISTOJ- NOST	NOŽ ZA OBREZO- VANJE TRTE			
				IZVOZ BLAGA ALI KAPITALA										
				PRIPRAVA ZA MERJENJE KOTOV										
				SKRE- GANOST										
				GLAVNO MESTO NEW JERSEYA V ZDA								NAKOPAN MATERIAL (IZ ČRK: PANKO)	SPREMLJE- VALCI BOGA EROSA	PLOD HRASTA
NEŽNO PRAV- LJIČNO BITJE, KI ŽIVI OB VODI (DVE BESEDI)	VMEŠA- NOST V KAJ	SPREME- NITEV RASTLIN. STEBLA V LES	PRIIMEK PESNIKA KAJUHA	GOROVJE V BOLGARJI NOVI SAD					BULDOŽER MAKEDON. POLITI- ČARKA (VERA)					
										ČETVERO- KOTNIK (IZ ČRK: REKA) NASLOV				
NA ŽARU PEČEN SE- SEKLJAN ZREZEK											STEBRIČ PRI LESENEM PLOTU			
BOGASTVO GOZDOV				KOS POHIŠTVA S TREMI SEDEŽI							PEVEC PESTNER SUMERSKA BOGINJA PLODNOSTI			
PREBI- VALEC ESTONIJE				SAMO, ZGOLJ										
TOVARNA V LJUBLJA- NI (IZ ČRK: LETO)					AMERIŠKI FILMSKI REŽISER, AVTOR FILMA "BONNIE IN CLYDE" (MARTIN)	FRANC. MESTO V NORMAN- DIJI						ODMOR, DOPUST	DRŽAVA NA OTOKU V MIKRO- NEZIJI	IME ROCK GLASBE- NIKA JOHNA
IME BIVŠEGA ALBAN. POLITIKA HOXHA						BLIŽNJI SORODNIK	SESTAVIL JOŽE PETELIN	GOSPOD PRI DAL- MATINCIH	PRITOK RHONE PRI LYONU	BARVA KART				
ZGODO- VINSKI KRAJ PRI ZADRU				IVAN BRATKO IGRALNA KARTA			SRAMOTEN DOGODEK KRAJ PRI OPATIJI							
NAUK O UŠESI IN ZDRAV- LJENJU LE-TEH										KLICANA BARVA PRI KARTAH DRAGO KRALJ				
AKORD IZ PRIME, TERCE IN SEKSTE											MEDNAROD. ORGANI- ZACIJA ZA BEGUNCE			
KRATICA ZA TELE- VIZIJO											PRIPAD- NIK HUNOV			

Rešitev pošljite do 15. 10. 1999 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Alojz Tornič, Notranjska 4, 1380 Cerknica. Katarina Žužek, Pugljeva 2, 1000 Ljubljana, Klavdija Brigita Lampič, Stanežiče 1, 1210 Ljubljana-Šentvid. Nagrade bomo poslali po pošti.



ZMAJČKOV BUTIK

Zmajčkovi sladoledi Princessa kot iz pravljice



Princessa z izvrstnim okusom

Zmajčkovi sladoledi Princessa ponujajo pisano mavrico različnih okusov za vsak okus: vanilija-čokolada, jagoda-kokos, bacio-pistacija, gozdni sadeži-jogurt, jagoda-limona, spagnola-amarena, tiramisu z delci biskvita in kava z delci čokolade.



Princessa z odličnim poreklom

Zmajčkovi sladoledi Princessa so vrhunske kakovosti, saj so izdelani iz najboljših, skrbno preverjenih in preizkušenih sestavin.



Princessa z vitko linijo

Zmajčkovi sladoledi Lahka Princessa z okusom čokolade, vanilije in jagode so posebni maloenergetski sladoledi, namenjeni tistim, ki skrbneje štejejo kalorije.



Princessa z dvanajstimi nagradami

Zmajčkovi sladoledi Princessa so na Kmetijsko-živilskem sejmu 1999 v Gornji Radgoni prejeli dve zlati, eno srebrno in tri bronaste medalje ter šest priznanj.



Probiotični
tekoči
jogurti

MEGAMILK

Yoni

Novi probiotični
tekoči jogurt
iz pasteriziranega
posnetega mleka

**ULTRA
LAHKI
MEGAMILK
YONI**

je brez maščobe.

**MEGAMILK
YONI**

je skupina probiotičnih
izdelkov visoke
prehranske in nizke
energijske vrednosti,
ki vsebujejo aktivne
mlečnokislinske bakterije
**Lactobacillus
acidophilus** in rod
Bifidobacterium,
ki ugodno vplivajo
na prebavo ter krepijo
odpornost telesa.



VARUJE ZDRAVJE
Varovalno živilo
Brez maščobe
Brez holesterola
Brez nasičenih maščobnih kislin
Nizka energijska vrednost

NOVO!



Brez maščobe



1,5 % maščobe