



Dušan Zorko.

Prvi mož Pivovarne Laško pričakuje, da bo Mercator v devetem poskusu prodan. Raje kot pivo sicer pije radler.

» JANEZ ZALAZNIK

Kako to, da zdaj Mercator prodajamo za 120 evrov za delnico, pred enim letom pa ga nismo prodali za 220. Kdo je odgovoren za to?
O vrednosti ne morem govoriti, to so pogodbene skrivnosti. Danes je 13. junij, veva, kolikšna je cena na borzi – kolikšna je realna cena Mercatorja, bi težko ocenjeval. O odgovornosti je danes prezgodaj govoriti, bo pa prišel čas, ko se bo o tem treba odkrito pogovoriti.

Škode za pivovarno bo okrog 80 milijonov evrov.
O tem ne morem govoriti, upam, da bo čim manjša, bo pa treba tudi to pojasniti delničarjem na skupščini.

So možne tudi odškodninske tožbe?
Treba se je postaviti v čas, ko so se odločitve sprejemale. Danes sem lahko strahotno pameten za pet let nazaj, ampak od mene se pričakuje, da sem pameten za jutrišnji dan.

NLB je ob zadnjem poskusu prodaje rekla ne. Se lahko to zgodi tudi tokrat, sploh ker je bil ta teden imenovan nov nadzorni svet?
NLB takrat ni rekla ne, ampak ni dokončala procesa. Pričakujem, da bodo tokrat vsi partnerji podpisali prodajno pogodbo. Mislim, da je spoznanje, da ne moreš biti lastnik vsega, dozorelo.

Je Agrokor pripravljen kupiti tudi manj kot celoten paket, torej le vaše delnice?
Ocenjujem, da ne. V preteklosti je bil, zdaj mislim, da ni več.

Kaj bo s Pivovarno Laško, če ne prodaja Mercatorja?
Če se Skupina Laško ne bo razdvojila, največja nalozba pa je Mercator, bo sama zabredla v resne težave, saj zaradi visoke zadolženosti ne bo imela denarja za razvoj svojih znamk. Lani smo ob 220 milijonih evrov prometa odplačali za 23 milijonov glavnice in 21 milijonov



evrov obresti. Smo ena od redkih tajkunskih zgodb, ki ustvarja tako velik denarni tok, da reprograma ne potrebujemo za tekoče poslovanje, ampak da bi razporedili vračanje glavnice bankam, ob čemer bi lahko še normalno poslovali. Večina podjetij ga potrebuje za tekoče poslovanje. Sicer nam je z bankami doslej še vedno uspelo najti rešitev, vendar vsakič za krajšo dobo in strahotne odobritvene stroške. Tega si ne moremo več privoščiti, saj gre na račun razvoja pivovarne. Poleg tega zaradi pisanja v časopisih, da reprograma ne bo ali celo da smo v stečaju, dobavitelji ustavljajo dobavo repromateriala.

Ampak tudi v osmem poskusu prodaje je bila ta nujna, pa je niste izvedli; dobili ste reprogram in življenje je šlo naprej. Kakšna je zdaj razlika?
Mislim, da je znatna. V prejšnjih poskusih se okolje ni moglo sprijazniti s tem, da je Mercator treba prodati. Iskal se je dežurni krivec za prodajo in Pivovarna Laško je bila zaradi vsega dogajanja več kot primerna za to, da ji jo obesijo. V prvi strategiji sanacije, ki smo jo 22. aprila 2010 predstavili na NLB, ni bilo prodaje Mercatorja. Predlagali smo dve leti moratorija in pet let reprograma, pa nam ne bi bilo tre-

ba ničesar prodajati, zadržali bi še 42 odstotkov denarja za lasten razvoj, ampak so nas zavrnil. Banke upnice so pozneje poslale pismo, zahtevale novo strategijo in odprodajo Mercatorja kot pogoj za reprogram. Leta 2010 se ni bilo problematičnih gradbincev, problema Merkurja, ampak samo mi. Če nekega problema ne rešiš takoj, ko nastane, nastanejo novi in zdaj se vse konča pri bankah. Duh Mercatorja je zdaj ušel iz steklenice, rešuje se država, rešujejo se banke, rešuje se Mercator. Mi smo postranska škoda tega procesa. Poleg tega zdajšnja uprava Mercatorja sodeluje v procesu – prejšnja se je od tega ogradila. Situacija je zdaj bistveno težja, kot je bila.

Prodajate torej na zahtevo bank?
Ker smo prezadolženi in moramo denar vrniti bankam. To je legi-

timno – kar so si v preteklosti izposodili, moramo vrniti. Poti sta pa dve: ali dobimo moratorij ali pa prodamo. Devetdeset odstotkov posojil je za naložbe, ne za osnovno dejavnost. Imamo pa take naložbe, ki presegajo odločitev uprave in nadzornega sveta. Vedno pridemo v položaj, ko nekdo drug nekaj prepreči ali ne dovoli.

Pri SD ves čas svarijo, da je Agrokor v še večjih težavah kot Mercator in da Agrokor ni pravi kupec. Ali je politika kakorkoli poskušala vplivati na vas?
Neposredno ne, v preteklosti je bila druga zgodba, tudi kakšen ključ sem imel, zdaj pa ne. Toda tudi v preteklosti smo kljub pritiskom vodili proces prodaje. Država ima svoje argumente in svoja orodja.

Po nekaterih informacijah imajo politiki tudi glede kadrovanja do-

S Šrotom se videva le na sodiščih in tekmah

Srečevanja. Stikov s svojim predhodnikom Boškom Šrotom nima. "Žal se srečujeva samo na sodišču, tu in tam ga vidim še na kakšni rokometni tekmi, drugih stikov pa nimava," pravi Zorko. O politikih pa pravi, da si želijo, da bi bilo vse lepo. Mno-

žično so hodili na rokometne tekme v Celju in evropsko sezono Olimpije po odprtju Stožič, ko je bilo konec uspehov, so pa vsi izgini. "Mi smo sponzorji že več kot 20 let, šport je treba podpirati tudi, kadar ni vse lepo," pravi Zorko.



Če se zgodi prodaja, denar ne bo prišel čez nekaj dni. Pri Fructalu sem pogodbo podpisal julija, plačilo pa je prišlo sredi decembra, tako bo tudi pri prodaji Mercatorja.

ločene zahteve, in če jih ne boste izpolnili, vam grozijo, da banke septembra ne bodo reprogramirale posojil.

Menim, da takega vpliva ne more biti. Reprogram je povezan predvsem s tem, kako banke rešujejo svoje probleme.

Banke so v trojni vlogi: vaši lastniki, kreditodajalci in skupaj z vami lastniki Mercatorja. Kako se znajdejo v teh vlogah?

Imamo banke upnice, upnice in lastnice, domače in tuje, in nastala je cela zmeda različnih interesov. Pri Mercatorju je tega še več. Banka ne ve, ali je lastnik ali upnik. Žal so se prevečkrat vedle bolj kot upnice in premalo kot lastnice. Banke imajo okrog 60 odstotkov, preostalo so pa mali delničarji, ki so izgubili veliko premoženja. Tudi nanje je treba misliti, ko se sprejemajo odločitve. Če se ne bo zgodila prodaja Mercatorja, bodo pogovori z bankami precej težki, še večji bodo pritiski na prodajo osnovne dejavnosti. Toda mi nismo holding in ne moremo kar odprodati osnovne dejavnosti – to je lahko odločitev lastnikov, ne pa upnikov. Poleg tega je treba imeti neko strategijo, ne pa da enkrat prodajamo Mercator, potem pijske, potem časopise.

Je za Slovenijo pomembnejše, da slovenski ostane Mercator kot Laško, Union in Radenska?

Mislim, da ne eno ne drugo. Imeti moramo strategijo, kaj je pomembno. Smo majhen trg, dva milijona duš, to je Beograd ali del Moskve. Pomembno je ohraniti čim več proizvodnje, kjer imamo neke primerjalne prednosti, pa tudi banke so verjetno kapilarni sistem gospodarstva. Težko bi rekel, da so naše znamke strateški interes Slovenije, so pa pomembne za naše potrošnike in zaradi tega vse, kar vračamo v domače okolje, ker zelo podpiramo šport in kulturo. Tudi ko zmanjšujemo stroške – saj jih moramo –, z nikomer ne odpovemo sodelovanja, ampak jih obvestimo, da se lahko prilagodijo na zmanjšanje.

Ali drži, da so banke zahtevale, da odpoveste vsa sponzorstva?

Težko bi rekel, da so to zahtevale, ampak bili so pogovori tudi o tem. Če gledate športne prireditve, je vedno zraven kakšna pivovarna, tako se pokriva trg. Pivovarne dajejo tudi deset odstotkov prihodkov za marketing.

Kaj bo s Pivovarno Laško, če se Mercator proda? Koliko se bo poslabšal dostop do Mercatorjevih polic?

Nobene prednosti nismo imeli,



”Mislim, da bo tudi letos hit radler grenivka. Osnovna izdelka, rdeča in zelena steklenica, pa še vedno prinašata daleč največ denarja.

Dušan Zorko, predsednik uprave Pivovarne Laško



ker smo bili lastniki Mercatorja. Tudi z njim smo se ostro pogajali, tako kot s Sparom, Tušem in drugimi. Če imamo kakovostne in cenovno primerne proizvode, bomo na vseh policah. Saj delamo tudi na tujih trgih.

Kdaj boste prodali Delo in Večer?

Kot veste, velikega interesa ni bilo. Želimo si, da dobimo strateške lastnike. Mi smo slabi lastniki, ker se preveč ukvarjamo z drugimi zadevami. Želimo prodati, za kar se ves čas trudimo, prodajati pa danes ni preprosto.

Pijete union ali laško?

Oboje. Če sem v Laškem, pijem laško, če sem v Unionu, pa union. Sicer pa najraje zalo in odo, v zadnjem času pa pogosto tudi radensko in radler. Naš interes je, da se v vsaki restavraciji dobi oboje, potrošnik pa naj se sam odloči. Včasih so bile Trojanje meja, zdaj pa se v Ljubljani veliko pije laško in na Štajerskem union.

Sta dolga zima in deževna pomlad vplivali na prodajo?

Ja, imeli smo izjemno slab marec. Sezona se sicer začne konec marca, v začetku aprila, ko je bila letos še zima. Prejšnji mesec so organizatorji zaradi dežja odpovedali 290 prireditev. Če ni prireditev na prostem, se nam to precej pozna.

Včasih ste imeli skoraj vsako poletje kakšen hit: smile, radlerji, bandidos. Kaj je adut letošnjega poletja?

Mislim, da bo še vedno radler grenivka, tako kot lani. Osnovna izdelka, rdeča in zelena steklenica, pa še vedno prinašata daleč največ denarja.

Ali drži, da Union postaja močnejša znamka kot Laško?

Glede prodaje piva je Laško še vedno močnejše, tako da menim da ne, ima pa Union veliko vod z okusi in radler.

Koliko davka na sladke pijače bo morala plačati Skupina Pivovarna Laško, če bo ta uveden?

Od pet do šest milijonov evrov dodatnega davka. Ljudje zaradi tega ne bodo nič manj debeli in nič bolj zdravi, nam pa bi to povzročilo hude probleme. Nekateri programi bi zašli v rdeče številke, sploh sirupi, ki jih proizvaja Vital Mestinje, pa tudi vode z okusi in druge pijače. Vsak dvig cene pa bi pomenil manjšo potrošnjo.

✉ janez.zalaznik@zurnal24.si