



Božena Križnik

Pod njegovim oknom

Samo vprašanje časa je bilo, kdaj (in kdo) bo tokrat začel javno kampanjo proti prodaji Mercatorja, saj ima menda tudi pri pivovarskem javnem razpisu najmočnejše karte spet v rokah spretni in visoko motivirani Ivica Todorić. V prejšnjih poskusih mu je sicer spodletelo, a je iz vsake epizode potegnil kakšen nov nauk in z njim izpopolnil svojo osvajalsko strategijo.

Kandidatov, ki jim Agrokor kot kupec slovenskega trgovca ne bi bil pogodu, je veliko. Najprej celotna živilskopredelovalna industrija, ki ji je Mercator glavni kanal za plasma izdelkov na domači in regijski trg, v izvoz pa ne morejo. A kaj več od opozarjanja na domnevne sovražne namere kupca ter pozivov državi, naj vendar kaj ukrene, ne morejo narediti. Gospodarstvo je finančno izčrpano. Tako je tudi investicijski sklad, v katerega bi vplačevali slovenski blue chipi za odkup od bank zaplenjenih delnic podjetij, ostal pobožna želja sindikatov, zaskrbljenih za desetisoče delovnih mest v živilski verigi.

V resonanci z bazo diha tudi politika. Trije ministri – za gospodarstvo, kmetijstvo in finance – so odkrito proti kupcu z druge strani Sotle. Ne pa à priori proti prodaji Mercatorja oziroma proti prodaji dobronamernemu tujemu investitorju. Argumenti prvih dveh so v skladu z interesi gospodarstva, tretji pa je znan kot branitelj nacionalnega interesa, natančneje, domačega lastništva v ključnih slovenskih podjetjih. Drugi člani ministrskega zbora se nočejo javno opredeljevati.

Večina oči pa je uprtih v okno premierove pisarne: s kom se sestaja in kakšna znamenja pošilja prodajalcem 23-odstotnega deleža »najboljšega sosedu« in njihovim upnikom, bankam, ki bodo v naslednjem koraku tudi same iskale kupca za delnice Mercatorja. Dejstvo je, da so uprave bank odgovorne za poslovanje, zato ne morejo slepo slediti različnim političnim ambicijam. To pomeni, da bodo Mercator in podobne finančne naložbe, ki jim jih je naplavila kriza, prodale čim prej – najboljšemu ponudniku. Koliko problemi bank ganejo Boruta Pahorja, ne vemo, verjetno pa ne bo dopustil, da se v njegovi pisarni – na mizi ali pod njo – ponovi trpka izkušnja Janeza Janše iz leta 2005. Bodo morali biti politični vzvodi pač bolj sofisticirani, bolj posredni ali očem bolj skriti.

V še večji zadregi, kot so banke, je tudi prezadolžena Pivovarna Laško: upnice od nje zahtevajo prodajo naložb in čim večji izkupiček, vesoljna Slovenija pa, da ne žrtvuje (vsaj) »najboljšega sosedu«. Čas pa se izteka.

Sredi napete situacije je javno fronto odprla relativno benigna interesna skupina, Društvo malih delničarjev Slovenije, s preprostim pozivom: Pivovarna Laško, ustavi prodajo Mercatorja, saj vsi lahko dobimo več! Potrebujemo pa drugačen pristop: združiti je treba deleže vseh prodajalcev in s pomočjo profesionalnega tujega koordinatorja privabiti več resnih mednarodnih strateških investitorjev ter s konkurenco med njimi doseči maksimalni izplen za vse deležnike. Kdo prišepetava društvu izbrušeni in podrobno razčlenjeni scenarij, niso razkrili.

Hkrati so se baje na tiho sestali tudi bankirji in se začeli dogovarjati o prodaji – Pivovarne Laško. Ta je vsekakor manj nacionalno pomembna kot Mercator. Rešitvi sta združljivi, vendar s pogojem, da se Pivovarna Laško prodaja brez Mercatorja. Tudi o izločitvi Mercatorja je že slišati po kuloarjih. Takšna dvotirna zaporedna prodaja bi utegnila zadovoljiti večino upnikov, pa še politika bi se znebila očitkov o vpletanju.

Pod črto je zamisel dopadljiva, če je realna in podkrepljena z resnimi nameni, in torej ni zgolj maneuver za nov odlog prodaje Mercatorja. Sprašujemo pa se, kje so bili neimenovani modreci do zdaj.