

PLANOWANE PRZYCHODY NA 2015 R. ZOSTANĄ OSIĄGNIĘTE

KOMENTARZ ZARZĄDU W ODNIESIENIU DO NOWEGO PLANU STRATEGICZNEGO GRUPY GORENJE NA LATA 2016 – 2020 ORAZ DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ W 2015 R.

Nowy plan strategiczny Gorenja do 2020 r. bazuje na globalnym wzroście. Planowane na 2015 r. przychody zostaną osiągnięte.

Trzeci kwartał był najlepszy w tym roku, jeśli chodzi o sprzedaż. W ostatnim kwartale wypracujemy zysk. Wynik na koniec roku będzie w większości zależał od dynamiki kursów walutowych, przede wszystkim rosyjskiego rubla i amerykańskiego dolara w odniesieniu do euro.

Velenje, 6 listopada 2015 r. - Gorenje poszukuje nowych możliwości w zmienionym i nieprzewidywalnym środowisku, dlatego przygotowaliśmy nowy plan strategiczny Grupy Gorenje na lata 2016 – 2020, oparty na globalnym wzroście. Sprzedaż zostanie podwojona jeśli chodzi o wysokie segmenty cenowe, produkty innowacyjne i klasy premium oraz w państwach po drugiej stronie oceanu.

W Gorenju wciąż dostosowujemy się do niestabilnych warunków na rynkach i z punktu widzenia sprzedaży, trzeci kwartał był najlepszym kwartałem tego roku. Grupa Gorenje wypracowała 317,4 milionów euro. Aby móc zrealizować powiększoną liczbę zamówień, w produkcji musieliśmy zatrudnić nowych pracowników. Przychody w efekcie sytuacji w Rosji po raz pierwszy nie obniżyły się, a przy ponad 20-procentowej dewaluacji rubla, ceny sprzedaży dostosowywaliśmy jedynie na podstawie wcześniejszych powiadomień klientów.

Zysk operacyjny przed amortyzacją (EBITDA) w trzecim kwartale 2015 r. wynosił ponad 17 milionów euro, a zysk operacyjny (EBIT) 5,6 miliona euro. Strata Grupy Gorenje w trzecim kwartale w wysokości -2,5 miliona euro to w głównej mierze skutek negatywnych skutków dynamiki kursów walutowych rubel – euro oraz dolar – euro. Bez nich Grupa Gorenje w pierwszych dziewięciu miesiącach osiągnęłaby dodatnie wyniki działalności.

W związku z przyjętymi zamówieniami oceniamy, że w ostatnim kwartale osiągniemy najwyższą sprzedaż kwartalną w tym roku. Najwyższe przychody oczekujemy na rynkach krajów Beneluksu, kontynuację dynamiki z drugiego kwartału w Niemczech, Skandynawii i państwach Europy Wschodniej, a wzrost przede wszystkim w Rosji.

NOWA STRATEGIA – MOŻLIWOŚCI W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI GOSPODARCZEJ

Również na rynkach pozaeuropejskich zapowiadamy mocny czwarty kwartał. Na poziomie roku przekroczymy planowane przychody, a wzrost bazować będzie zarówno na znaku towarowym klasy premium Asko jak i na znaku towarowym Gorenje.

Wierzymy, że Grupa Gorenje na koniec 2015 r. osiągnie planowane przychody ze sprzedaży. Zysk operacyjny przed amortyzacją (EBITDA) oceniamy na 80 milionów euro, a na zysk netto Grupy, oprócz zakresu i struktury sprzedaży, będą w znacznej mierze wpływały również kursy walutowe, przede wszystkim rosyjskiego rubla i amerykańskiego dolara w odniesieniu do euro. Stworzymy lepszy przepływ pieniężny. Do końca roku planujemy obniżenie zadłużenia netto na planowany stosunek pomiędzy zadłużeniem finansowym netto i EBITDA na poziomie 3,9.

Bardzo niestabilne i nieprzewidywalne środowisko gospodarcze, a szczególnie sytuacja w Rosji i na Ukrainie oraz ważne zmiany w Grupie Gorenje, jak odsprzedaż działalności ekologicznej, spowodowały, że przygotowaliśmy nową strategię, która lepiej odzwierciedla aktualne wyzwania czasu i zmiany w naszym środowisku gospodarczym.

Kładąc nacisk na podstawową działalność i sprzedaż na rynkach pozaeuropejskich, przede wszystkim produktów z wyższej półki cenowej, podążamy za wytycznymi odnoszącymi się do naszej strategii. Również w nowym planie strategicznym naszym podstawowym celem jest wzrost zysku, dzięki któremu chcemy osiągnąć 1,56 miliarda euro przychodów w 2020 r., osiągając 9-procentową marżę EBITDA. To osiągniemy z podwojeniem sprzedaży w najwyższych segmentach cenowych oraz w państwach po drugiej stronie oceanu. Dzięki ambitnie zaplanowanym działaniom na wszystkich obszarach działalności osiągać będziemy stabilny wzrost zysku operacyjnego, który w 2020 r. przekroczy 70 milionów euro (4,5 procenta marży EBIT).

W kolejnych pięciu latach planujemy zwiększyć łączny obrót Grupy Gorenje o ponad 400 milionów euro, co stanowi wzrost o ponad 35 procent. W skali roku oznacza to średni wzrost o około 6,2 procenta, co wynosi również więcej niż przewidywany wzrost rynku urządzeń AGD na świecie.

Szczególny nacisk kładziemy, biorąc pod uwagę kluczowe ukierunkowania strategiczne, na współpracę ze strategicznymi partnerami przemysłowymi, przede wszystkim z korporacją Panasonic.

W dojrzałej gałęzi przemysłu z przekroczonymi pojemnościami, takiej jak urządzenia AGD, oprócz wzrostu i dyferencjacji poprzez innowacyjne rozwiązania, kluczowe jest również

lepsze zarządzanie kosztami. Wraz ze wzrostem zakresu wielkości obrotu w okresie do 2020 r., sukcesywnie wzrasta produktywność pracy, a koszty pracy w strukturze obrotu obniżają się o dwa punkty procentowe, na ponad 17 procent.

Zdajemy sobie sprawę, że jeszcze bardziej niż dobrze wykonane planowanie strategiczne ważna jest realizacja Strategii 2020. Aby osiągnąć ten cel, realizowane są już konkretne działania. Nie chodzi tu jedynie o lepsze zarządzanie procesami rozwojowymi i technologicznymi, poznanie końcowego użytkownika, organizację sieci sprzedaży i obsługi posprzedażnej i temu podobnych, ale również o odpowiednią strukturę organizacyjną i mocną kulturę korporacyjną.

Zatrudnieni w przedsiębiorstwie Gorenje, Gorenjčani, gotowi jesteśmy na zmiany i ryzyko, jesteśmy zaangażowani i ukierunkowani oraz przekonani, że zrealizujemy wytyczone cele.