

KOMENTARZ ZARZĄDU DOTYCZĄCY OCENY PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI W ROKU 2016
ORAZ PROGNOZY NA ROK 2017

Po udanym pierwszym roku realizacji planu strategicznego, przekroczymy zyski planowane na rok 2016. W roku 2017 dalszy wzrost przychodów i rentowności.

W Grupie Gorenje w pierwszym roku realizowania Planu Strategicznego 2016-2020 urzeczywistniono wytyczone cele oraz powiększono przychody ze sprzedaży na 1,257 miliarda euro, równocześnie w znaczący sposób poprawiając wskaźniki finansowe działalności gospodarczej.

Velenje, 13 stycznia 2017 r. - Grupa Gorenje od samego początku roku poprawiała swoje wyniki działalności, osiągając w roku 2016 szacunkowych 1,257 miliardów przychodów ze sprzedaży (2,6 procenta więcej niż w roku 2015) i 38,7 miliona euro zysku z działalności oraz 8 milionów euro czystego zysku. Rok upłynął pod znakiem sukcesu w podstawowej dziedzinie działalności urządzeń gospodarstwa domowego, co osiągnięte zostało poprzez wzrost sprzedaży oraz poprawę jej struktury geograficznej i produktowej – zgodnie ze strategią wzmocniona została sprzedaż produktów premium i innowacyjnych, jak również małych urządzeń gospodarstwa domowego. Dzięki dobremu zarządzaniu finansowemu obniżone zostało zadłużenie względne Grupy Gorenje. Wzrost przychodów i rentowności przewidziany jest również w roku 2017.

Wyniki działalności Grupy Gorenje, po zachęcających rezultatach z ostatniego kwartału 2015 r., nieprzerwanie poprawiały się również przez cały rok 2016, we wszystkich kwartałach ubiegłego roku zanotowano bowiem zysk z działalności. Na obszarze działalności Dom wypracowano ponad 1,091 miliarda euro przychodów, co stanowi o 3,3 procenta więcej niż w roku 2015.

Zgodnie z planem strategicznym w 2016 r. zoptymalizowano strukturę sprzedaży, zarówno produktową jak i geograficzną

Powiększono sprzedaż urządzeń innowacyjnych oraz klasy premium, stanowiących już 27,4 procenta sprzedaży dużych urządzeń gospodarstwa domowego. Najwięcej sprzedano kuchenek oraz o 20 procent więcej zmywarek, przychody ze sprzedaży małych urządzeń gospodarstwa domowego zwiększyły się natomiast o prawie 33 procenty.

Wzmocniona została pozycja oraz sprzedaż na rynkach Rosji, Ukrainy i Europy Wschodniej, w krajach Beneluxu oraz Australii, USA i Azji, zwiększono także sprzedaż urządzeń klasy premium ze znakami towarowymi Asko i Atag.

Również w zeszłym roku zwiększono nakłady w marketing i rozwój, co pomogło wzrostowi i poprawie struktury sprzedaży. Na rozwój przeznaczono w 2016 r. ponad 32 miliony euro, to jest 2,6 procenta przychodów ze sprzedaży Grupy.

Rok 2016 był rokiem efektywności kosztowej i oszczędności

W 2016 r. przeprowadzenie ponownych pertraktacji z dostawcami, korzystne zakupienie z wyprzedzeniem niektórych surowców strategicznych (blachy, mas plastycznych, ...) oraz optymalizacja zużycia materiału w bezpośredniej produkcji, znacząco wpłynęły na efektywne panowanie nad kosztami materiałów i surowców. Równocześnie, mimo wzrostu przychodów obniżono koszty logistyki, do czego przyczyniły się działania ukierunkowane w optymalizację kanałów logistycznych i rozwój nowych modeli logistycznych.

Korzystna struktura sprzedaży oraz dobre panowanie nad kosztami w znaczący sposób wpłynęły na poprawę EBITDA (zysku operacyjnego przed amortyzacją i odsetkami) Grupy Gorenje. Szacuje się, że EBITDA wyniesie 87 milionów euro, co stanowi 8,6 procenta więcej niż w roku 2015.

Zadłużenie względne Grupy Gorenje wciąż jest obniżane, w 2016 r. stosunek pomiędzy zadłużeniem finansowym netto a EBITDA został obniżony na 3,9 (w 2015 r. wynosił 4,1).

Zgodnie ze strategią koncentrowania się na podstawowej działalności gospodarczej, w 2016 r. sprzedano udziały w spółkach Publicus i Ecogor z obszaru Ekologii, znajdującego się poza podstawowym obszarem działalności.

Niezrewidowane sprawozdania finansowe za rok 2016 opublikowane zostaną 10 marca 2017 r.

W ROKU 2017 WZROST PRZYCHODÓW I POPRAWA RENTOWNOŚCI

W drugim roku nowego okresu strategicznego w Grupie Gorenje planuje się dalszy wzrost przychodów ze sprzedaży o 4,6 procenta. Na obszarze Dom planowany 5-cio procentowy wzrost przychodów ze sprzedaży opierać się będzie na zwiększeniu sprzedaży produktów klasy premium ze znakiem towarowym Asko oraz na wzroście sprzedaży w krajach takich jak Rosja, Ukraina i we Wschodniej Europie oraz na rynkach Beneluxu, w Niemczech i Skandynawii, na Bliskim i Środkowym Wschodzie, w Azji, Ameryce i Australii. Wraz z poprawą struktury sprzedaży planuje się o 4 procenty wyższe przeciętne ceny sprzedaży w sprzedaży dużych urządzeń gospodarstwa domowego.

Aby wesprzeć poprawę rentowności, zapewnione zostaną odpowiednie nakłady w marketing i rozwój oraz ulepszana będzie efektywność kosztowa na obszarze surowców i materiałów, logistyki i kosztów pracy. Nadal tworzony będzie dodatni przepływ pieniężny, optymalizowany kapitał obrotowy netto oraz zmniejszona kompleksowość na wszystkich poziomach. Zgodnie ze strategią, w drugim roku jej urzeczywistniania dodatkowo obniżane będzie względne zadłużenie netto, a stosunek pomiędzy zadłużeniem finansowym netto a EBITDA zmniejszony zostanie na 3,5. Planowane jest wypracowanie o ponad 11 procent wyższego zysku z działalności przed amortyzacją. Zysk netto planowany jest w wysokości ponad 13 milionów euro.

Zmiany w strukturze organizacyjnej Grupy Gorenje

Rada Nadzorcza na dzisiejszym posiedzeniu zapoznała się również z przewidywanymi zmianami w strukturze organizacyjnej Grupy Gorenje, planowanej przez Zarząd w roku 2017, zgodnie z wytycznymi strategicznymi doskonałości operacyjnej i efektywności. Grupa Gorenje przejdzie z klasycznej, funkcyjnej struktury organizacyjnej na biznesowo-produkcyjną strukturę organizacyjną, gdzie na pierwszym miejscu znajdują się znaki towarowe i linie produktów. Dzięki temu jeszcze więcej miejsca pozostanie na przedsiębiorcze podejście i skoncentrowanie się na dalszym rozwoju odnoszącej sukcesy działalności. Szczegóły zostaną opublikowane na początku lutego, w momencie wprowadzenia nowej struktury organizacyjnej.

Szacuje się, że w Grupie Gorenje, dzięki odpowiednim działaniom i zmianom w organizacji, z sukcesem kontynuowana będzie realizacja ambitnych celów strategicznych globalnego wzrostu tak, jak zakładano do roku 2020.