

Grupa Gorenje w 2016 r. przekroczyła planowane przychody i zysk.

Wypracowała 1,258 miliarda euro przychodów i 87,2 miliona euro zysku operacyjnego przed amortyzacją. Grupa osiągnęła zysk w wysokości 8,4 miliona euro, przekraczając planowany zysk jak i również przewyższając ocenę, opublikowaną w styczniu. Śmiało zrealizowała również inne cele zeszłorocznego planu strategicznego.

Velenje, 10 marzec 2017 r. – Rada Nadzorcza Gorenje d. d. zapoznała się wczoraj z niezrewidowanymi sprawozdaniami finansowymi Grupy Gorenje za rok 2016. Grupa kontynuowała w działalności pozytywny trend z ostatniego kwartału 2015 r., który przez cały kolejny rok poprawiała. Z 8,4 miliona euro przekroczony został planowany zysk i, co ważniejsze, o 16,4 miliona poprawiona została zyskowość.

Ostatni kwartał 2016 r. najlepszy

W ostatnim kwartale o 5,3 procenta przekroczono planowane przychody oraz osiągnięto 357,2 miliona euro przychodów ze sprzedaży i 4,3 miliona euro zysku (w podobnym okresie roku 2015 wynosił on 1,4 miliona). Zysk osiągnęły zarówno podstawowy obszar działalności Dom jak i inne obszary działalności. Znaczący wzrost przychodów osiągnięty został zarówno na poziomie Grupy jak i w podstawowej działalności urzędzeń AGD. Największy wzrost sprzedaży w odniesieniu do ostatniego kwartału 2015 r., zanotowano poza Europą, sprzedaż została też wzmocniona na rynkach Beneluksu i Europy Wschodniej, włączając w to Rosję i Ukrainę.

Grupa Gorenje w 2016 r. wypracowała 8,4 miliona euro zysku, przekraczając w ten sposób planowany

W roku 2016 wypracowano 1,258 miliarda euro przychodów, co stanowi o 2,7 procenta więcej niż w roku 2015. Struktura przychodów ze sprzedaży wskazuje na to, że w podstawowym obszarze działalności Dom wypracowano 86,8 procent wszystkich przychodów Grupy, co jest skutkiem szybszego wzrostu podstawowego obszaru działalności Dom. EBITDA Grupy w roku 2016 wyniósł 87,2 miliona euro i jest o 8,9 procenta wyższy niż w roku 2015, a wynik operacyjny (EBIT) 40,2 miliona euro, co oznacza 16,7-procentowy wzrost. Z wypracowanymi 8,4 miliona euro przekroczono planowany zysk i, co ważniejsze, o 16,4 miliona euro poprawiono zyskowość.

Grupa w roku 2016 się relatywnie oddłużyła, stosunek wartości zadłużenia finansowego netto i EBITDA obniżył się z 4,1 na 3,9. Obniżone zostały koszty finansowania i wzmocniona stabilność finansowa.

W roku 2016 wzrost przychodów ze sprzedaży w wszystkich regionach geograficznych i w odniesieniu do wszystkich marek handlowych

Wzrost został zanotowany we wszystkich regionach geograficznych Grupy Gorenje, największy we Wschodniej Europie, Rosji (o 7 procent) i na Ukrainie, gdzie sprzedaż została powiększona o 40 procent i wzmocniona została nasza pozycja handlowa, oraz w Beneluksie, gdzie powiększone zostały nasze udziały na tamtejszym rynku. Poza Europą umiarkowany wzrost osiągnięto w Australii, Ameryce Północnej, na Kaukazie i w Azji. Łącznie przychody ze sprzedaży na naszym podstawowym obszarze działalności Dom wzrosły o 3,4 procenta, a wyliczając z tego wpływ kursów walutowych, osiągnięto 4,7-procentowy organiczny wzrost wspomnianych przychodów. Powiększona została sprzedaż produktów wszystkich marek handlowych, a najbardziej, o 9 procent, urzędzeń klasy premium marki handlowej Asko.

Zwiększa się udział urzędzeń klasy premium o wyższej wartości dodanej

Zgodnie z planem strategicznym Grupy Gorenje wzmocniono sprzedaż urzędzeń klasy premium (4,3-procentowy wzrost ilościowy), które w strukturze przychodów mają już 27,3-procentowy udział. Równocześnie o 14,5 procenta zwiększona została sprzedaż urzędzeń innowacyjnych, jak również kuchenek, zmywarek oraz małych urzędzeń gospodarstwa domowego, w przypadku których osiągnięty został wyjątkowy 32,4-procentowy wzrost przychodów.

Do większego zakresu sprzedaży i produkcji, skutecznie, optymalizując zużycie materiału w bezpośredniej produkcji, dostosowano koszty materiału, pracy i surowców. Dodatkowo zaoszczędzono, optymalizując łańcuch dostaw oraz skutecznie zmniejszając kompleksowość produktów. Zwiększona została również zyskowność pozostałych obszarów działalności.

Kontynuacja inwestowania w rozwój, dzięki czemu wzmacniana jest długoterminowa konkurencyjność

W roku 2016 powiększone zostały inwestycje w rozwój produktów na 32,3 miliona euro (2,6 procenta przychodów ze sprzedaży Grupy). Wśród kluczowych nowości są odnowione, zabudowywane pod blat chłodziarko-zamrażarki, pralki z wypełnieniem do 10 kg za partnera strategicznego, linia piekarników do zabudowy klasy premium marki Asko Craft i nowa linia zmywarek marki handlowej Gorenje. Większe inwestycje w marketing, na co w zeszłym roku przeznaczono 26,4 miliona euro, wspierają natomiast wyższy i strukturalnie korzystniejszy zakres sprzedaży.

Również w roku 2017 dążenia, zapewniające osiągnięcie celów planu strategicznego

Po udanym pierwszym roku realizacji strategii Grupy Gorenje 2016-2020, również w roku 2017 kontynuowane będą działania, mające na celu osiągnięcie ambitnych celów. Dlatego zmieniony został system organizacyjny Grupy Gorenje, przechodząc od klasycznej formy organizacji funkcyjnej do organizacji biznesowo-produktowej, gdzie w pierwszym planie znajduje się marka handlowa i linie produktów. Aby poprawić skuteczność prowadzonej działalności, główny nacisk kładziony jest na odpowiedzialności i przedsiębiorczości w całej Grupie. Trendy wzrostowe w prowadzonej działalności i zyskowności, notowane w ostatnich pięciu kwartałach, kontynuowane będą również w roku 2017.

Sprawozdanie roczne z działalności Grupy Gorenje za rok 2016 zostanie ogłoszone 24 kwietnia 2017 r.