

W pierwszym kwartale 2017 roku bardzo solidny wzrost sprzedaży i zysku Grupy Gorenje

W pierwszym kwartale 2017 r. dzięki korzystnej strukturze i powiększonemu zakresowi sprzedaży, skutecznemu panowaniu nad kosztami oraz prowadzonej z sukcesem działalności na obszarach poza podstawowym obszarem działalności, wypracowaliśmy 2,1 miliona euro czystego zysku.

Velenje, 24 maj 2017 r. – W Grupie Gorenje w pierwszym kwartale bieżącego roku wzmocniliśmy sprzedaż produktów premium i innowacyjnych zmywarek i kuchenek oraz zgodnie z planem strategicznym zwiększyliśmy sprzedaż na rynkach poza Europą, jak również w krajach Beneluksu i Europy Wschodniej. Wysokie wzrosty wypracowaliśmy również w przypadku małych urządzeń gospodarstwa domowego oraz urządzeń techniki grzewczej. Podsumowując, pierwszy kwartał 2017 r., w porównaniu z tym samym okresem ubiegłego roku, zakończyliśmy z ponad 16-procentowym wzrostem wyniku operacyjnego (EBIT), który wynosił 7,9 miliona euro, oraz z 2,1 miliona euro czystego zysku, co stanowi półtora miliona więcej niż w pierwszym kwartale ubiegłego roku.

Od stycznia do marca tego roku wypracowaliśmy 305,7 miliona euro przychodów ze sprzedaży, co stanowi o ponad siedem procent więcej niż w pierwszym kwartale ubiegłego roku i 3,4 procenta więcej niż planowaliśmy. Z tego ponad 251 milionów euro wypracowaliśmy w podstawowym obszarze działalności urządzeń gospodarstwa domowego, co, w porównaniu z pierwszym kwartałem 2016 r., stanowi 3,4-procentowy wzrost.

W istotny sposób poprawiliśmy wskaźnik EBITDA, który wyniósł 20,6 miliona euro i jest on o 11,6 procenta wyższy niż w pierwszym kwartale roku 2016. Przy tym obniżyliśmy zadłużenie względne, średni koszt finansowania, a także poprawiliśmy strukturę terminowości zobowiązań finansowych tak, że 66 procent stanowią źródła długoterminowe. Wydaliśmy również piątą emisję papierów dłużnych o łącznej wartości nominalnej 40 milionów euro oraz pięcioletnią obligację o łącznej wartości nominalnej 19,5 miliona euro.

Największy wzrost sprzedaży na rynkach poza Europą

Na rynkach poza Europą osiągnęliśmy 37,7-procentowy wzrost, dzięki czemu zmniejszamy zależność od dojrzałych rynków europejskich. Znaczący wzrost wypracowaliśmy w Ameryce Północnej, Australii, na Bliskim i Dalekim Wschodzie, na Kaukazie oraz w Azji. Rynki pozaeuropejskie w strukturze przychodów z podstawowego obszaru działalności Dom mają 12,1-procentowy udział, co stanowi o 3 p. p. więcej niż przed rokiem.

Poziom sprzedaży podnieśliśmy również na rynkach Beneluksu, gdzie zdobywamy udziały rynkowe, sprzedając urządzenia klasy premium ze znakiem handlowym Atag. O pięć procent podwyższyliśmy sprzedaż w Europie Wschodniej, a na Ukrainie aż o 50 procent.

W Niemczech i Wielkiej Brytanii, chcąc dokonać repozycjonowania cenowego, zrezygnowaliśmy z kilku akcji sprzedaży promocyjnej tańszych urządzeń, w przypadku których nie osiągamy odpowiedniej marży, w efekcie czego w pierwszym kwartale 2017 r. wypracowaliśmy nieco niższe przychody.

Urządzenia klasy premium stanowią już 30 procent sprzedaży dużych urządzeń gospodarstwa domowego, innowacyjne natomiast ponad 22 procent.

W strukturze sprzedaży pierwszego kwartału o prawie jedną czwartą wzmocniliśmy sprzedaż urządzeń klasy premium ze znakiem handlowym Asko i o 6 procent urządzeń klasy premium ze znakiem

handlowym Atag. Równocześnie poprawiliśmy strukturę produktową sprzedaży dużych urządzeń gospodarstwa domowego tak, że przychody ze sprzedaży urządzeń klasy premium podniosły się o 13,3 procenta, a urządzeń innowacyjnych o prawie jedną dziesiątą, zmywarek natomiast o 20 procent, wysokie wzrosty notujemy również w przypadku małych urządzeń gospodarstwa domowego (32,3 procenta) oraz na obszarze techniki grzewczej.

Na rozwój w pierwszym kwartale przeznaczaliśmy prawie 8 milionów euro

Aby zapewnić długoterminową konkurencyjność Grupy, wciąż jeszcze celowo zwiększaliśmy nakłady w marketing i rozwój. W pierwszym kwartale zainwestowaliśmy w rozwój 7,6 miliona euro lub 2,5-procentowy udział przychodów ze sprzedaży Grupy Gorenje. Wśród kluczowych nowości rozwojowych trzeba wymienić nową platformę modułową chłodziarko-zamrażarek do zabudowy pod znakiem handlowym Gorenje, nową linię wzorniczą Gorenje Ora i to oraz chłodziarkę Gorenje Retro Special Edition, odnoszącą się do ulubionego »Bulli«, a która powstała we współpracy z marką Volkswagen. O 3,1 miliona euro powiększyliśmy nakłady inwestycyjne, które wynoszą 14,8 miliona euro. Z tego 8,7 miliona euro zainwestowaliśmy w sprzęt technologiczny, który używany jest głównie do rozwoju nowych produktów.

Skutecznie panowaliśmy nad kosztami

W pierwszym kwartale z sukcesem panowaliśmy nad cenami nabywczymi globalnych materiałów i surowców oraz optyimizowaliśmy koszty logistyki, jak również zużycie materiału w procesie produkcyjnym. Nabywając komponenty z najbardziej konkurencyjnych państw, koszty materiału i surowców dostosowywaliśmy do zakresu sprzedaży i produkcji. W Grupie Gorenje mieliśmy w pierwszym kwartale przeciętnie 10.978 zatrudnionych, co stanowi o 448 więcej, niż w pierwszym kwartale ubiegłego roku. Wzrost jest skutkiem powiększonego zakresu produkcji w Velenju i Valjevie. Mimo zwiększenia kosztów pracy o 4,7 procenta, wzrost tych kosztów był niższy od wzrostu przychodów ze sprzedaży.

Również w dalszej części roku dużą uwagę będziemy poświęcać efektywnemu zarządzaniu kluczowymi ryzykami, a mianowicie ryzykiem na obszarze cen nabywczymi globalnych materiałów i surowców, kosztów działalności, osiągnięciu planowanego zakresu prowadzonej działalności oraz zapewnieniu konkurencyjności Grupy Gorenje. Stymulując w dalszym ciągu wzrost sprzedaży, poprawiając strukturę sprzedaży, rozwijając innowacje oraz nowe produkty i usługi, optymalizując łańcuch dostaw i kompleksowość oraz troskliwie planując, nadal będziemy zapewniali konkurencyjność oraz zgodnie z dynamiką planu strategicznego będziemy wypracowywali wartość dla wszystkich naszych udziałowców.

24 Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Gorenje, d. d. odbędzie się 14 lipca 2017 r.

Sprawozdanie z działalności w pierwszej połowie 2016 roku zostanie opublikowane 25 sierpnia 2017 r.