

Strategia Grupy GRODNO

Strategią na lata 2017-2020 jest dalsza budowa pozycji Grupy Kapitałowej GRODNO jako jednego z liderów polskiej branży rozwiązań elektrotechnicznych, oświetleniowych i fotowoltaicznych.

Misją Grupy GRODNO jest dostarczenie kompleksowych i unikalnych w skali kraju rozwiązań budynkowych w oparciu o bogaty know-how i wieloletnie doświadczenie.

Celem strategicznym Grupy GRODNO jest:

- wejście do grona trzech największych podmiotów z branży do 2020 r.,
- kontynuacja tendencji rozwojowej, w oparciu o stały, dodatni wynik finansowy.

W warunkach wzrostu produkcji budowlano-montażowej, na poziomie min. +5% (rocznie) do roku 2020, Zarząd GRODNO S.A. zakłada wzrost poziomu skonsolidowanych przychodów o minimum 20% rocznie.

Kierunki rozwoju

Strategia Grupy GRODNO bazuje na dywersyfikacji oraz rozwoju oferty usługowej i asortymentowej, a także ekspansji geograficznej na terenie Polski. Plan rozwoju zakłada następujące, kluczowe cele:

1. Rozwój sieci dystrybucji

W latach 2017-2020 Grupa będzie kontynuować dynamiczny rozwój ogólnopolskiej sieci dystrybucji, który zachodzić będzie na czterech płaszczyznach:

- konsolidacja rynku poprzez akwizycje dobrze prosperujących podmiotów z branży,
- udział w nowoutworzonych spółkach zależnych,
- rozwój modelu franczyzowego, rozpoczętego w 2015 r. Model oparty jest na autorskim rozwiązaniu informatycznym pozwalającym niezależnym przedsiębiorstwom na realizację celów biznesowych w ramach Grupy GRODNO,
- uruchamianie nowych oddziałów własnych.

2. Rozwój oferty asortymentowej

Grupa GRODNO posiada w magazynach 35 tys. pozycji magazynowych. Wraz z rozwojem sieci dystrybucji, Zarząd planuje wzrost dostępność produktów o 10% rocznie.

W obszarze rozwoju oferty asortymentowej, Zarząd zakłada poszukiwanie nowych obszarów związanych z kompleksowością systemów budynkowych i skupienie się na zapewnieniu jak najszerszej gamy produktowej. Grupa planuje szczególne umocnienie pozycji w następujących obszarach:

- **Profesjonalne oświetlenie w technologii LED.** Rynek oświetlenia znajduje się obecnie na ścieżce transformacji z tradycyjnych technologii oświetleniowych do nowoczesnych, opartych na technologii LED, a także inteligentnym zarządzaniu systemami oświetleniowymi. Grupa zakłada czynne uczestnictwo w tych zmianach, jako dostawca

nowoczesnych rozwiązań i produktów oświetleniowych. Zarząd zakłada wzrost tego segmentu z 7,5% do 12,5% udziału w skonsolidowanych przychodach.

- **Fotowoltaika.** GRODNO aktywnie uczestniczy w przygotowaniu i rozwoju sprzedaży urządzeń do systemów fotowoltaiki w Polsce. Grupa świadczy usługi sprzedaży paneli fotowoltaicznych, inwerterów, systemów montażu oraz okablowania, a także kompleksową obsługę inwestycji fotowoltaicznej. Zarząd zakłada wzrost segmentu z 3% do 7,5% udziału w skonsolidowanych przychodach.
- **Marka własna.** Od 2013 r. GRODNO rozwija sprzedaż produktów pod marką własną LUNO. Obecnie udział tego segmentu w skonsolidowanych przychodach wynosi ok. 3%. W okresie objętym strategią, planowany jest wzrost tego udziału do 5%.
- **Elektronarzędzia.** W ramach rozwoju oferty asortymentowej Grupa zamierza rozwijać współpracę z aktualnymi dostawcami elektronarzędzi, jak również podpisać nowe umowy handlowe z wiodącymi dostawcami w tej grupie produktowej. Zakładany jest wzrost segmentu z 1,5% do 3% udziału w skonsolidowanych przychodach.
- **Klimatyzacja, wentylacja i pompy ciepła.** Oferta GRODNO obejmuje systemy typu Split oraz VRF wraz z układami automatyki i sterowania, zapewniające kompleksową obsługę klienta biznesowego oraz indywidualnego. W ramach tego segmentu Grupa oferuje również pełne doradztwo techniczne, w tym specjalistyczne audyty energetyczne. Obszar ten odpowiada obecnie za ok. 1,5% sprzedaży Grupy. Celem Zarządu jest zwiększenie udziału tego obszaru w skonsolidowanych przychodach do 3%.
- **Automatyka budynkowa, nowe technologie, gromadzenie, przetwarzanie danych.** Zarząd pragnie wykorzystać potencjał zachodzących zmian technologicznych, budując kompetencje Grupy GRODNO w perspektywicznych kierunkach opartych na cyfryzacji i digitalizacji oferowanych produktów.

3. Rozwój usług w zakresie audytów, projektowania, wykonywania i serwisu.

Zarząd zakłada wzrost obszaru kompleksowych rozwiązań z obecnych 24% do 40% udziału w skonsolidowanych przychodach do 2020 r. Bardzo ważnym elementem tych zmian jest podnoszenie wiedzy technicznej handlowców, dalsze zwiększanie kompetencji inżyniersko-technicznych wewnątrz organizacji, natomiast w zakresie wykonawstwa – wykorzystanie zasobów, wiedzy i kompetencji klientów Grupy GRODNO.

4. Rozwój nowoczesnych kanałów dystrybucji

Strategia Grupy zakłada intensywny rozwój kanału B2B. Zgodnie z założeniami Zarządu, do 2020 r. sprzedaż za pośrednictwem kanału B2B powinna odpowiadać za 35% skonsolidowanych przychodów.

5. Rozwój oraz optymalizacja procesów zarządzania w obszarach logistyki i kontrolingu

Zarząd zakłada intensyfikację prac związanych z wdrożeniem systemu CRM, a także z modernizacją i rozwojem zarządzania Magazynem Centralnym. Planowana jest gruntowna przebudowa i usprawnienie funkcjonującego systemu WMS, a także wyposażenie Magazynu w elementy automatyki.

6. Rozwój usług logistycznych dla podmiotów z sektora e-handlu
7. Efektywniejsze wykorzystanie nieruchomości Grupy Kapitałowej GRODNO

Strategia Grupy GRODNO przewiduje rozwój bazujący na stałym, bliskim i bezpośrednim kontakcie z klientem poprzez ogólnopolską sieć sprzedaży. Kontakt oparty będzie na wsparciu wykwalifikowanej kadry inżynieryjno-technicznej, a także na nowoczesnych narzędziach informatycznych, umożliwiającym efektywną obsługę klientów.

Realizacja wytyczonych kierunków rozwoju ma umożliwić stopniową ewolucję Grupy GRODNO z tradycyjnego modelu handlowego w kierunku własnego – indywidualnego modelu usługowo-handlowo-inżynieryjnego, skupionego na kompleksowości oferowanych rozwiązań. Grupa zamierza rozwijać własny, indywidualny model biznesu, łączący kompetencje handlowców oraz kadry inżynieryjno-projektowej. Dostęp do nowych grup Klientów zapewnić ma jednoczesne poszerzanie oferty asortymentowej.

Przedstawione powyżej informacje i strategiczne kierunki rozwoju Grupy GRODNO, w tym w szczególności wartości liczbowe, nie stanowią prognozy wyników finansowych.