

KOMENTARZ ZARZĄDU W ZWIĄZKU Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY GORENJE W DRUGIM KWARTALE ORAZ PROGNOZY DOTYCZĄCE DRUGIEJ POŁOWY ROKU 2017

Grupa Gorenje z sukcesem zakończyła pierwsze półrocze, nadal rosną przychody jak i zysk

Grupa Gorenje odnotowała sukces w pierwszej połowie roku, większe są przychody ze sprzedaży oraz czysty zysk. Rośnie udział przynoszących zysk produktów innowacyjnych oraz klasy premium, a także inwestycje w rozwój. W tym roku zatrudniono około 300 nowych pracowników. Trzeci kwartał będzie trudny, a największa sprzedaż oczekiwana jest w ostatnim kwartale.

Velenje, 25 sierpień 2017 r. – Grupa Gorenje nadal odnosi sukcesy w działalności, w pierwszym półroczu bieżącego roku wypracowano mianowicie 623,9 miliona euro przychodów ze sprzedaży, co stanowi 7,3 procenta więcej niż w pierwszym półroczu ubiegłego roku. Porównywalny zysk operacyjny przed amortyzacją (EBITDA), w odniesieniu do pierwszego półrocza ubiegłego roku, został powiększony o ponad 12 procent na 40,6 miliona euro. Grupa, w porównaniu z tym samym okresem ubiegłego roku, ponad dwukrotnie powiększyła półroczny czysty zysk, który wynosi 4,4 miliona euro. Zwiększono sprzedaż dużych i małych urządzeń gospodarstwa domowego oraz urządzeń klasy premium, poprawiono strukturę geograficzną sprzedaży i zwiększono przychody nie tylko w podstawowej sferze działalności urządzeń AGD, ale również na pozostałych obszarach działalności.

W drugim kwartale 2017 r. wzrost przychodów ze sprzedaży i EBITDA

Grupa Gorenje w drugim kwartale 2017 r. wypracowała 318,2 miliona euro przychodów ze sprzedaży, co stanowi o 7,6 procenta więcej niż w drugim kwartale 2016 r. Zysk operacyjny przed amortyzacją (EBITDA) był odpowiednio o 2,1 procenta wyższy i wynosił 20 milionów euro. Przy nieco niższym porównywalnym wyniku operacyjnym (EBIT), który był skutkiem podwyższenia kosztów rozwoju nowych produktów oraz przyspieszonego cyklu inwestycyjnego w minionym okresie, zachowane zostały proporcje pomiędzy wartością zadłużenia finansowego netto i EBITDA na poziomie zeszłorocznego drugiego kwartału (4,7). Dobrze panowano również nad kosztami materiałów i surowców oraz logistyką, mimo tego iż materiały, z powodu ruchów na rynkach, zaczęły drożeć w drugim kwartale 2017 r.

Dzięki dobrej strukturze produktowej, markom produktów klasy premium i opanowaniu kosztów, odniesiono sukcesy również poza granicami Europy.

W Grupie Gorenje, dzięki zwiększeniu i korzystnej strukturze sprzedaży urządzeń gospodarstwa domowego, w pierwszym półroczu 2017 r. zanotowano 7,3-procentowy wzrost przychodów. W znaczący sposób na rezultat wpłynęło również dobre panowanie nad cenami materiałów i logistyki. Sukces odniesiony został również na pozostałych obszarach działalności, gdzie uzyskano 31-procentowy wzrost przychodów.

Największy wzrost sprzedaży osiągnięty został na rynkach pozaeuropejskich (prawie 30-procentowy wzrost), w Europie Zachodniej, na rynkach Beneluksu oraz na rynkach wschodnioeuropejskich. W pierwszym półroczu 2017 r. zwiększona została sprzedaż, przede wszystkim w Północnej Ameryce, Australii, na Bliskim i Dalekim Wschodzie, na Kaukazie oraz w Azji, dzięki czemu obniżyła się zależność od rynków europejskich oraz poprawiła się struktura sprzedaży, również dzięki powiększeniu udziałów urządzeń klasy premium i marek handlowych.

Wzmocniła się sprzedaż marek handlowych klasy premium, takich jak Asko (14,4-procentowy wzrost) i Atag oraz urządzeń marek Pelgrim i Etna. W przypadku urządzeń klasy premium, o ponad 11 procent podwyższone zostały przychody ze sprzedaży, tyle samo osiągnięto w przypadku urządzeń innowacyjnych. W strukturze przychodów ze sprzedaży dużych urządzeń gospodarstwa domowego, udział urządzeń innowacyjnych podniósł się tym samym na poziom 21,6 procent, a urządzenia klasy premium stanowią już prawie 30 procent. Wzrost został zanotowany również w przypadku marki handlowej Gorenje. O ponad jedną piątą podwyższone zostały przychody ze sprzedaży zmywarek oraz o prawie 28 procent sprzedaż małych urządzeń gospodarstwa domowego.

Najwięcej zainwestowano w rozwój

Zgodnie z celem strategicznym w rozwój produktów zainwestowano 3 procent przychodów ze sprzedaży w obszarze działalności Urządzenia gospodarstwa domowego i 2,5 procenta przychodów ze sprzedaży Grupy. Nakłady inwestycyjne w pierwszym półroczu 2017 r. wyniosły 30,7 miliona euro, największa część przeznaczona była na rozwój nowych produktów.

W bieżącym roku zakończony zostanie cykl dużych inwestycji i w nadchodzących latach poziomy nakładów w środki podstawowe oraz amortyzację będą wyrównane.

Wśród kluczowych nowości rozwojowych pierwszego półrocza 2017 r. znajdują się nowe chłodziarko-zamrażarki do zabudowy marek handlowych Gorenje i Pelgrim, nowe wolnostojące kuchenki marki handlowej Gorenje, chłodziarka Gorenje Retro Special Edition,

zaprojektowana we współpracy z Volkswagensem oraz odnowiona linia urządzeń Gorenje Ora Ito 2. Na początku września, na największych targach elektroniki i urządzeń gospodarstwa domowego IFA w Berlinie zaprezentowane zostaną najnowsze urządzenia marek handlowych Gorenje i Asko, których cechami charakterystycznymi są inteligentna technologia i dopracowany wygląd.

Zmiana w systemie organizacyjnym Grupy Gorenje

Po udanym pierwszym roku nowego Planu Strategicznego, przyspieszono jeszcze realizację strategii, a mianowicie wdrażając nowy system organizacyjny, który zamiast zorganizowania zgodnie z funkcjami biznesowymi, wprowadza zorganizowanie w zależności od obszarów biznesowych. Zarazem stymuluje to jeszcze większą przedsiębiorczość w prowadzeniu działalności i bazuje na jasnej odpowiedzialności nośników za osiągnięcie wytyczonych celów. Grupa Gorenje jest teraz na nowo zorganizowana w dwóch obszarach działalności: Urządzenia gospodarstwa domowego (działalność podstawowa) oraz Pozostałe działalności (systemy grzewcze, meble kuchenne i łazienki oraz ceramika, ekologia, handel i usługi przemysłowe). Trzeci obszar to Funkcje wspomagające, wspierające Grupę jako całość.

W Grupie Gorenje w pierwszym półroczu tego roku było przeciętnie 11.021 zatrudnionych, co średnio wynosi o 384 osoby więcej niż w pierwszym półroczu ubiegłego roku.

Również w drugiej połowie roku podjęte kroki, pomagające osiągnąć planowane cele biznesowe

Mimo sukcesu, osiągniętego w pierwszej połowie roku, kluczowymi wyzwaniami w drugiej połowie roku 2017 pozostają: zapewnienie planowanej sprzedaży, przede wszystkim na bardzo konkurencyjnych rynkach Europy Zachodniej, efektywność kosztowa, wynikająca z rosnących kosztów kluczowych surowców i komponent, presja na koszty pracy oraz poprawa efektywności procesu zarządzania zapasami, mające na celu odpowiednie oddłużenie do końca roku biznesowego. Szczególnym wyzwaniem będzie trzeci kwartał, z powodu dwóch miesięcy letnich, gdy niższa jest aktywność konsumentów. Najwięcej sprzedaży natomiast, jak zazwyczaj, oczekuje się w ostatnim kwartale.

Również w drugiej połowie roku prowadzone będą liczne działania, mające na celu ograniczenie wspomnianych negatywnych czynników, a tym samym wspierające osiągnięcie planowanych rezultatów biznesowych Grupy Gorenje w roku 2017 we wszystkich punktach

kluczowych. Urzeczywistniane będą kluczowe wytyczne strategii Grupy Gorenje, co oznacza wzrost sprzedaży produktów klasy premium i marek handlowych, wzmacnianie sprzedaży na rynkach pozaeuropejskich oraz ukierunkowanie na wzornictwo, innowacyjność oraz rozwiązania cyfrowe w celu zaspokojenia potrzeb końcowych użytkowników. Kontynuowane będą działania związane z transformacją cyfrową, zgodnie z przyjętą cyfrową strategią biznesową Grupy Gorenje oraz trend koncentrowania się na działalności Urzędzeń gospodarstwa domowego jako podstawowego obszaru działalności Grupy, z rozpatrywaniem możliwości sprzedaży Pozostałych obszarów działalności oraz środków. Równocześnie czynione będą nadal kroki, aby rosła rentowność przedsiębiorstwa, wzrastały jego udziały w rynku oraz poprawiała się pozycja cenowa niektórych jego marek handlowych. Z powodu presji, odczuwalnych w sferze kosztów materiałowych i pracy, jeszcze intensywniej kontynuowana będzie racjonalizacja kosztów na wszystkich poziomach działalności.