

Povzetek poslovnega načrta Skupine Gorenje za leto 2014

Uprava družbe Gorenje, d.d.

31. januar 2014

Leto 2013 je bilo leto

→ Prestrukturiranja:

- uspešno izvedene strateške selitve proizvodnje
- prestrukturiranje prodajne mreže
- umik iz segmenta proizvodnje pohištva
- izboljšano obvladovanje obratnih sredstev (zalog in terjatev)

→ Krepitev tržnega deleža v Evropi s 4,00 % na 4,26 %

→ Sklenitve strateškega partnerstva s korporacijo Panasonic na področju industrijskega oblikovanja in kapitalske povezave

→ Dokapitalizacije in začetka vzporedne kotacije delnic Gorenja, d.d., na Varšavski borzi vrednostnih papirjev

→ Številnih negativnih enkratnih učinkov (slabitve finančnih naložb, tečajne razlike...).

4 KORAKI

- ➔ **Korak 1 (2012): ZAKLJUČEN**
- ➔ Selitev proizvodnje kuhalnih aparatov iz tovarne v Lahtiju (FIN) v Mariánské Údolí (CZ), zaprtje tovarne v Lahtiju.
- ➔ **Korak 2 (2013): ZAKLJUČEN**
- ➔ Selitev prostostojećih hladilnikov 600 mm iz Velenja v Valjevo (SRB).
- ➔ **Korak 3 (2013): ZAKLJUČEN**
- ➔ Selitev proizvodnje pralnih in sušilnih strojev iz Vare (SWE) v Velenje.
- ➔ **Korak 4 (2013): ZAKLJUČEN**
- ➔ Selitev proizvodnje pomivalnih strojev iz Vare (SWE) v Velenje, zaprtje tovarne v Vari.



POZITIVNI UČINKI

- ➔ Letni prihranki lahko znašajo do **20 mio EUR** (prihranki stroškov dela: 23 mio EUR, logistični stroški in porast amortizacije: 3 mio EUR)

Leto 2014 bo leto

- ➔ Izboljšanja **dobičkonosnosti** poslovanja zaradi:
 - ➔ boljše prodajne strukture (boljša geografska in produktna struktura prodaje)
 - ➔ stroškovnih prihrankov iz naslova proizvodnje, optimizacije prodajno-poslovnih procesov, umika iz segmenta proizvodnje pohištva v letu 2013
 - ➔ nadaljnjih stroškovnih prihrankov
- ➔ Krepitve finančne moči in nadaljnjega **zniževanja zadolženosti** Skupine (odprodaja poslovno nepotrebne premoženja, obratna sredstva)
- ➔ **Prvo leto polnih učinkov** strateških selitev proizvodnje
- ➔ Nadaljnje **internacionalizacije** poslovanja
- ➔ Nadaljevanje **razvojnih aktivnosti**

Ključni cilj v letu 2014:

KREPITEV DOBIČKONOSNOSTI

(preko rasti in strukture prodaje ter zniževanja stroškov)

KREPITEV DOBIČKONOSNOSTI: povečanje **obsega prodaje** ob **geografski in izdelčni razpršitvi**

- ➔ Največje rasti obsega prodaje so predvidene na trgih **Vzhodne Evrope, Srednje Evrope in Prekomorskih trgov;**
- ➔ Povečanje deleža obsega prodaje izdelkov z višjo dodano vrednostjo (**izdelki blagovnih znamk Atag in Asko, dizajnske linije**) na **16,1 %** količinske prodaje (ocena 2013: 15 %);

KREPITEV DOBIČKONOSNOSTI: **razvoj novih izdelkov**

- ➔ **Nova generacija vgradnih pečic** (uvajanje na trge v letu 2014);
- ➔ **Nadgradnja prostostoječih hladilno-zamrzovalnih aparatov širine 600 mm;**
- ➔ **Skupen razvoj nove generacije pralnih strojev s Panasonicom;**
- ➔ **Razvoj premijskih pralnih in sušilnih strojev Asko;**

KREPITEV DOBIČKONOSNOSTI: **zniževanje stroškov**

- ➔ **Znižanje stroškov materiala in surovin;**
- ➔ **Optimizacija stroškov dela** zaradi selitev proizvodnje;

Ključni cilji v letu 2014:

RAZDOLŽEVANJE

(odprodaja poslovno nepotrebne premoženja in optimizacija obratnega kapitala)

RAZDOLŽEVANJE: nadaljnja odprodaja poslovno nepotrebne premoženja in morebitna odprodaja nekaterih portfeljskih poslovnih dejavnosti;

RAZDOLŽEVANJE: boljše obvladovanje zalog;

RAZDOLŽEVANJE: boljše obvladovanje kompleksnosti;

CILJ:

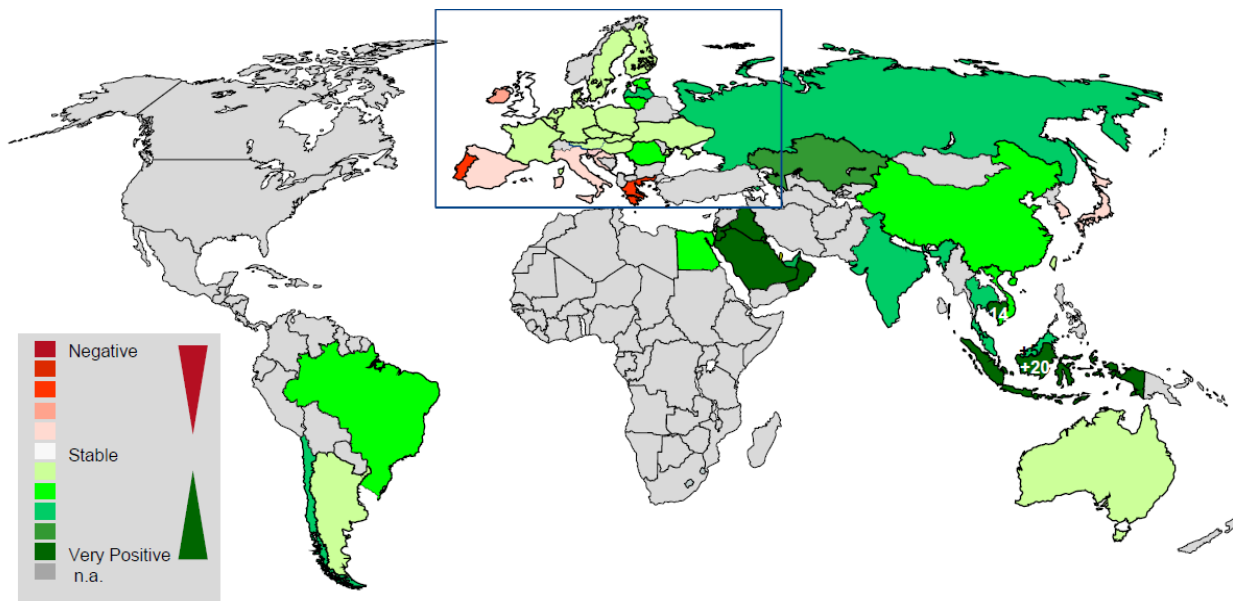
➔ **Znižanje bruto finančnega dolga za najmanj 30 milijonov evrov**

- ➔ V letu 2014 najvišja rast po napovedih GfK v Južni Ameriki, Aziji in Rusiji.
- ➔ V Srednji, Zahodni in Severni Evropi zmerna rast.
- ➔ Pričakuje se, da bodo trgi Srednje Evrope rastle hitreje od trgov Zahodne Evrope.

Najvišja načrtovana rast Gorenja v 2014:

- ➔ Vzhodna Evropa (Rusija,...)
- ➔ Srednja Evropa
- ➔ Prekomorske države

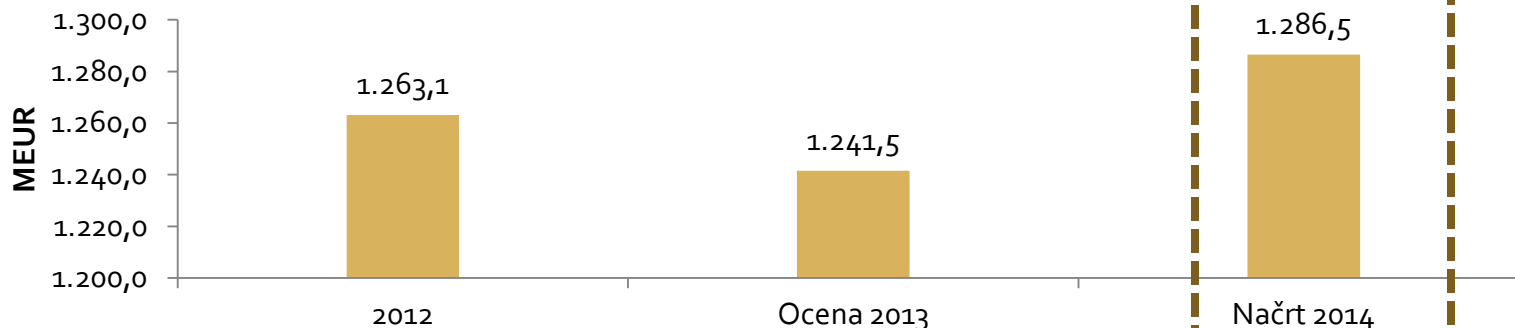
Napoved GfK za VGA v 2014 (količinska prodaja)



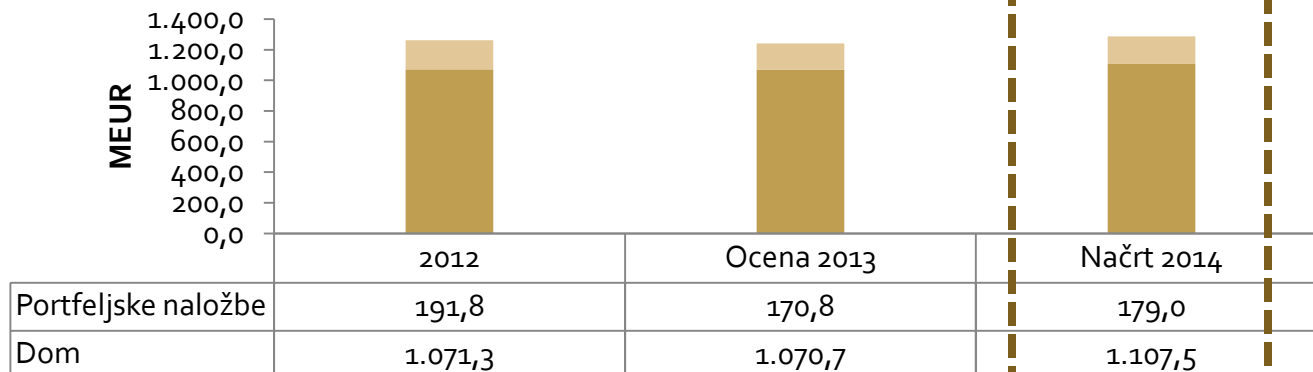
v mio EUR	Ocena 2013	Načrt 2014	Indeks
Konsolidirani prihodki od prodaje	1.241,5	1.286,5	103,6
EBITDA	76,6	93,7	122,3
<i>EBITDA Marža (%)</i>	6,2%	7,2%	/
EBIT	34,2	46,4	135,9
<i>EBIT Marža (%)</i>	2,8%	3,6%	/
Poslovni izid pred davki	-17,0	16,4	/
Poslovni izid brez ustavljenega poslovanja	-13,7	13,2	/
Poslovni izid ustavljenega poslovanja	-11,6	-1,2	/
Poslovni izid pred davki brez enkratnih učinkov	2,6		
Poslovni izid obračunskega obdobja	-25,3	12,1	/
<i>ROS (%)</i>	-2,0%	0,9%	/

• N - Načrt
• O - Ocena

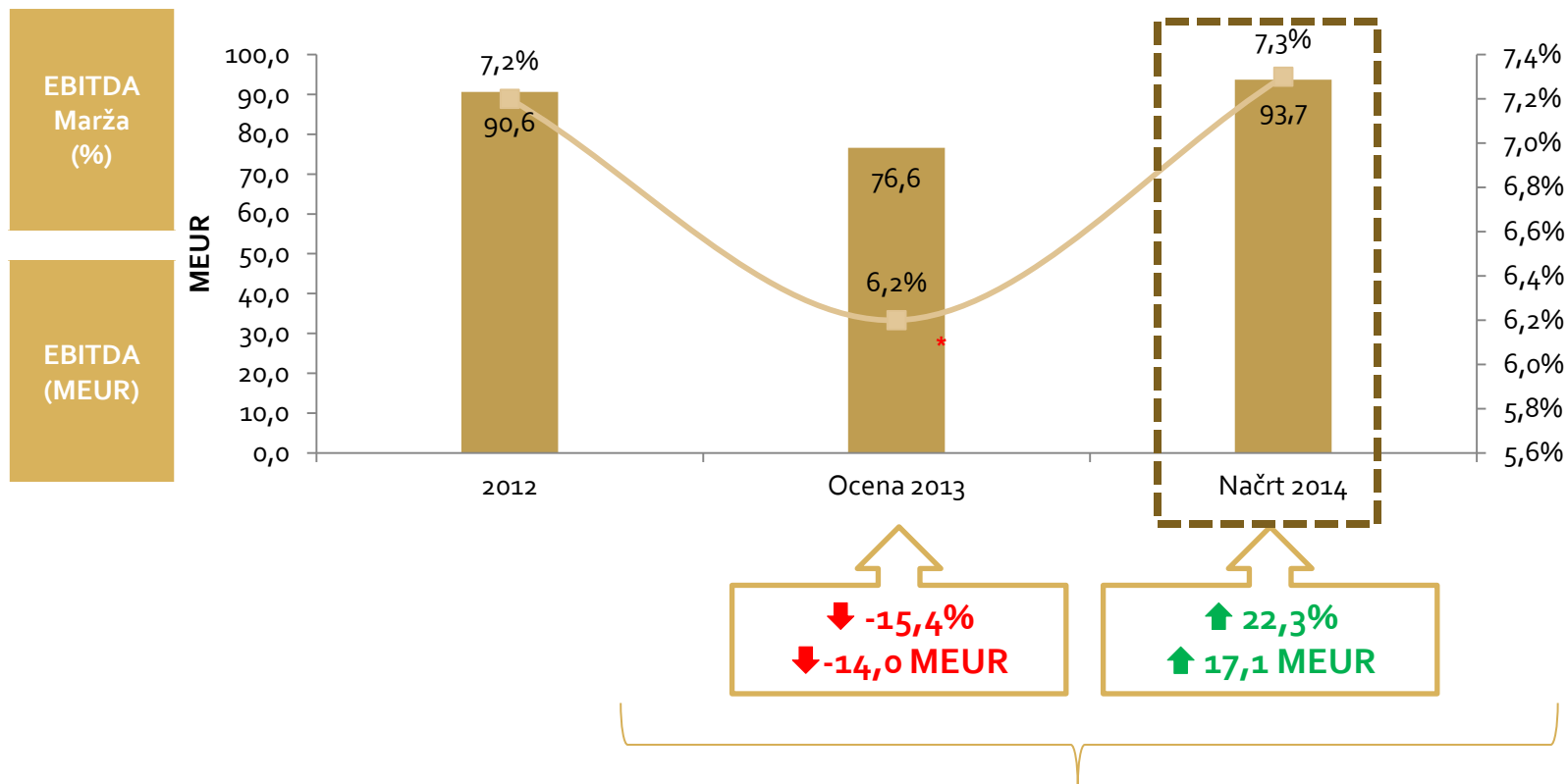
Prihodki od prodaje Skupina



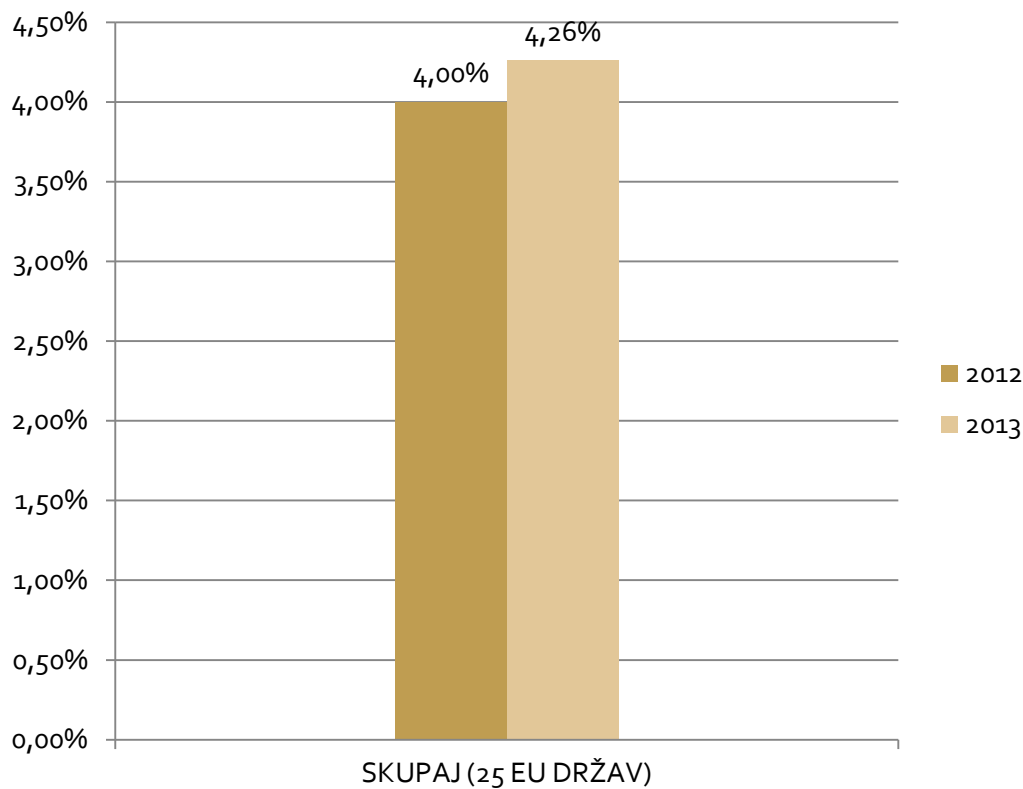
Prihodki od prodaje Poslovna področja



Struktura	2012	Ocena 2013	Načrt 2014
Dom	84,8%	86,2%	86,1%
Portfeljske naložbe	15,2%	13,8%	13,9%



- ➔ Izboljšanje poslovnoizidne uspešnosti na nivoju EBITDA predvsem v poslovnem področju Dom zaradi načrtovane višje in boljše strukture prodaje, prihrankov iz naslova selitve proizvodnih procesov, prihrankov iz naslova reorganizacije prodajne mreže....



Predstavitev vsebuje t.i. "forward-looking" napovedi in informacijami – to je navedbami v povezavi s prihodnostjo in ne preteklostjo ter dogodki v okviru in povezavi z obstoječimi zakoni o javnih družbah in vrednostnih papirjih ter pravili in predpisi Ljubljanske borze. Te navedbe so lahko identificirane z besedami, kot na primer »pričakovani«, »nadejani«, »napovedani«, »nameravani«, »načrtovani ali planirani«, »verjetni«, »prizadevati si«, »ocenjeni«, »bodo«, »prognozirani« ali besede podobnega pomena. Te izjave vključujejo, med ostalim, finančne cilje krovne družbe Gorenje, d.d., in Skupine Gorenje za prihodnja obdobja in načrtovano poslovanje ter finančne načrte. Te navedbe temeljijo na sedanjih pričakovanjih in napovedih ter so predmet tveganj in negotovosti, ki lahko imajo vpliv na dejanske rezultate, ki se lahko materialno razlikujejo zaradi različnih dejavnikov. Raznovrstni dejavniki, na številne Gorenje nima kontrole, vplivajo na delovanje, uspešnost poslovanja, poslovno strategijo in na rezultate Gorenja ter lahko povzročijo, da se dejanski doseženi rezultati, uspešnost poslovanja ali dosežki Gorenja materialno razlikujejo od pričakovanih rezultatov, uspešnosti poslovanja ali dosežkov, ki so bili izraženi ali navedeni v t.i. forward-looking statements. Ti dejavniki vključujejo, vendar ni nujno, da so omejeni na naslednje: povpraševanje potrošnikov in tržni pogoji na geografskih območjih in panogah na katerih Skupina Gorenje deluje, učinki nihanj deviznih tečajev, pritiski konkurence po zniževanju cen, pomembna izguba posla pri velikem trgovcu, možnost, da kupci zamujajo s plačilom ali da se bodo cene znižale kot posledica nadaljnjih neugodnih tržnih pogojev v večji meri, kot jo trenutno pričakuje uprava Gorenja, uspešnost razvoja novih izdelkov ter uvedbe na trg, razvoj odgovornosti proizvajalca za proizvod, potek doseganja operativnih in kapitalnih ciljev učinkovitosti, uspešnost v določanju rasti priložnosti in prevzemnih kandidatov ter integracija teh priložnosti z obstoječim poslovanjem, nadaljnja volatilitnost in nadaljnje poslabšanje trgov kapitala, napredek v doseganju strukturnih in nabavnih reorganizacijskih ciljev. V primeru, da se eden ali več rizikov oziroma negotovosti materializirajo, ali da se navedene predpostavke izkažejo za napačne, lahko dejanski rezultati materialno variirajo od tistih, ki so navedeni v objavi kot pričakovani, nadejani, napovedani, nameravani, planirani, načrtovani, verjetni, ocenjeni ali prognozirani. Gorenje ne namerava oziroma dopušča kakršnokoli obveznost po posodobitvi ali revidiranju teh napovedi v luči razvoja, ki se razlikuje od pričakovanih.