

Skupina Gorenje

**Predstavitve družbe Gorenje, d.d. in
nove izdaje komercialnih zapisov**

Ljubljana, 13. februar 2015

Eden izmed vodilnih evropskih proizvajalcev izdelkov za dom

TEMELJNA DEJAVNOST

izdelki in storitve
za dom
(VGA, MGA, HVAC,
kuhinje)

IZVOZ

95%
prodaje

ZAPOSLENI

10.500



PROIZVODNJA

Slovenija
Srbija
Češka

PRIHODKI

1.24 mlrd EUR
(ocena 2014)

GLOBALNA PRISOTNOST

v 90 državah sveta,
večinoma v Evropi (92%),
tudi v ZDA, Avstraliji,
na Bližnjem in Daljnem
vzhodu

Poslovna področja



TEMELJNA DEJAVNOST

Izdelki in
storitve za
dom

Veliki gospodinjski aparati

Mali gospodinjski aparati

Ogrevanje, prezračevanje, klimatske naprave

PORTFELJSKE

naložbe

Ekologija

Orodjarstvo

Inženiring

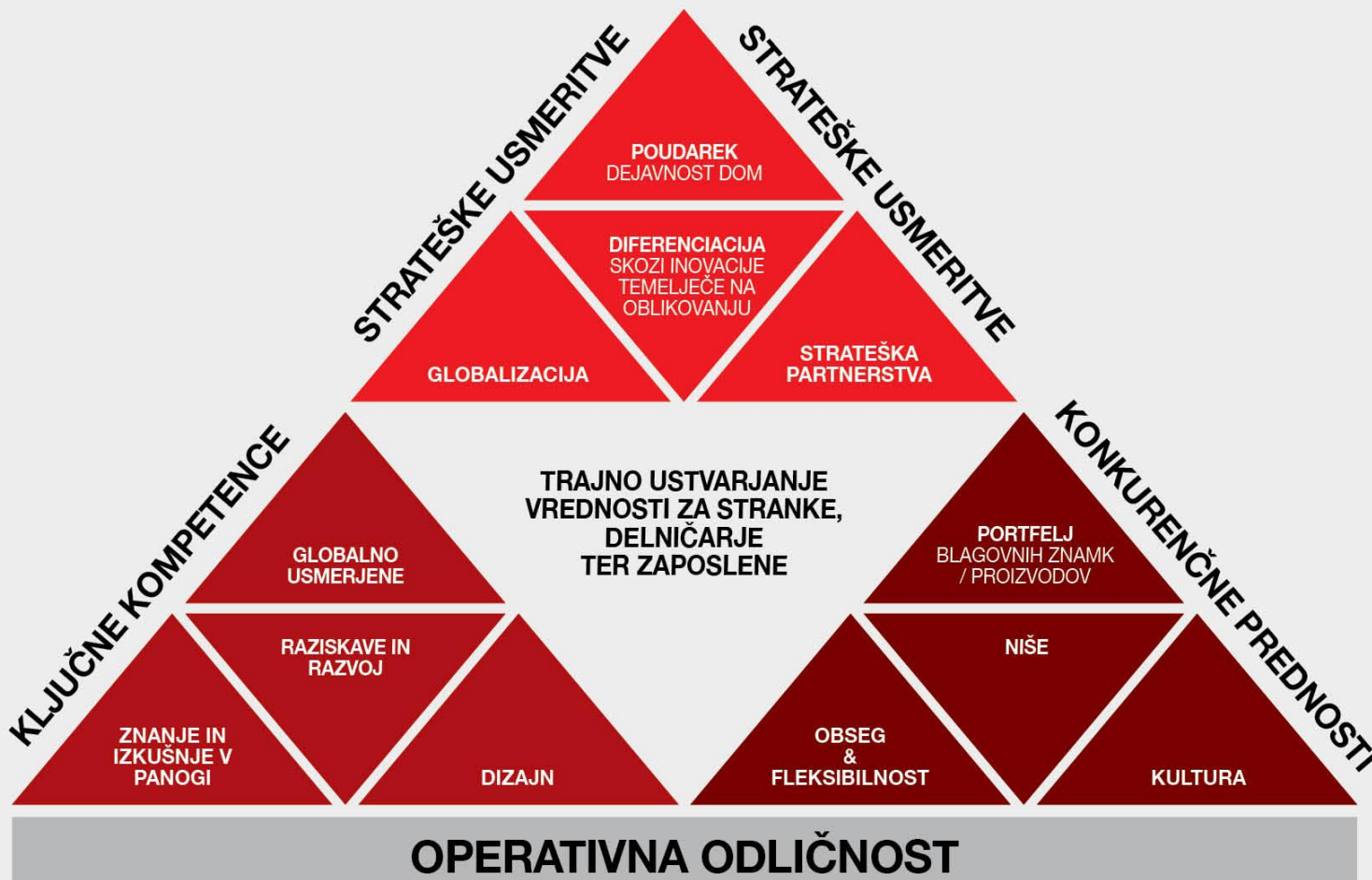
Hotelirstvo in gostinstvo

Trgovina

Ključni strateški cilji 2014 - 2018



Poslovni model



Selitve proizvodnje

Pozitivni učinki
Prihranki na letni ravni
do **20 mio EUR**

Primerjava stroškov dela 2012
Proizvodni delavci, bruto
strošek (EUR/mesec):

- Valjevo (SRB): EUR 520 (36%)
- Mora (CZ): EUR 950 (65%)
- Velenje (SLO): EUR 1,460 (100%)
- Lahti (FIN): EUR 3,300 (226%)
- Vara (SWE): EUR 4,250 (291%)



Proizvodnja v treh državah

Slovenija

Velenje

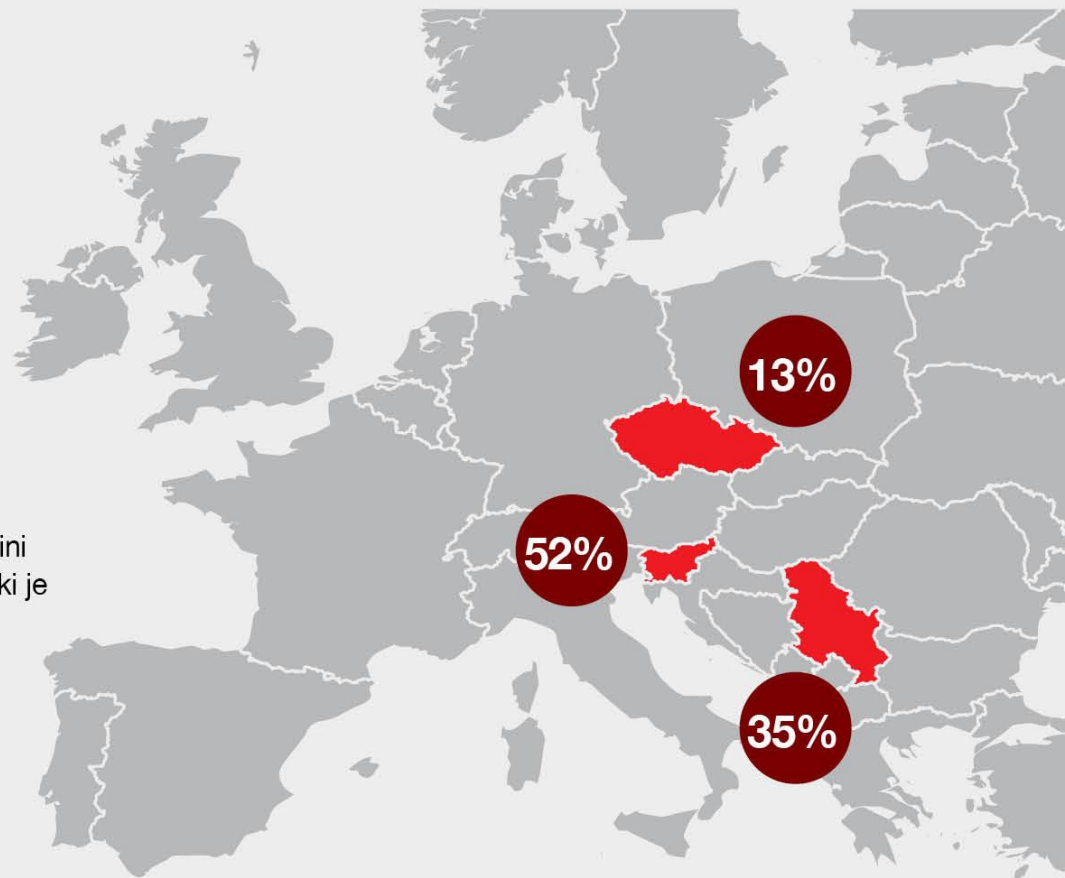
Češka

Mariánské údolí

Srbija

Valjevo, Stara Pazova, Zaječar

- Najnižji stroški dela med podjetji v Skupini
- Ugodni carinski pogoji izvoza v Rusijo, ki je eden od najbolj dinamičnih trgov VGA



Najpomembnejši trgi: Rusija, Nemčija in Nizozemska

**RUSIJA
NEMCIJA
NIZOZEMSKA**

**SRBIJA
ŠLOVENIJA
ČESKA REPUBLIKA
HRVAŠKA
DANSKA**

**AVSTRALIJA
ZDA**

UKRAJINA
BIH
AVSTRIJA
POLJSKA
BELGIJA
MADŽARSKA
FINSKA
NORVEŠKA
ROMUNIJA
SLOVAŠKA
ŠVEDSKA
BOLGARIJA
VELIKA BRITANIJA
FRANCIJA
ČRNA GORA



Vrednostna struktura prodaje pod lastnimi blagovnimi znamkami.

Blagovne znamke

GLOBALNI
ZNAMKI

LOKALNE
ZNAMKE

ASKO

PREMIUM

ATAG
(Beneluks)

gorenje

MID

Pelgrim
(Beneluks)

BUDGET

UPO
(Nordijske države)

ÅRETNA
(Beneluks)

MORA
(V Evropi)

körting
(JV Evropa)

2014 je bilo leto

boljše dobičkonosnosti

- rast prihodkov
- učinki prestrukturiranja proizvodnje v obdobju 2012-2013
- obvladovanje stroškov surovin in materiala

večje finančne moči

- boljše upravljanje obratnih sredstev
- zmanjšanje zadolženosti
- boljša struktura ročnosti virov financiranja

krepitev strateškega partnerstva s korporacijo Panasonic

začetka sodelovanja s proizvajalcem luksuznih hladilnikov in pečic SubZero

- distribucija pralnih, sušilnih in pomivalnih strojev Asko v ZDA

2014: ocena poslovanja, poudarki

- **+0,3 % višji prihodki kljub negativnemu vplivu zaostrenih razmer v Ukrajini (prihodki -26,9 mio EUR glede na 2013) in Rusiji**
- **Najvišja rast prihodkov: Slovaška, Romunija, Bolgarija, Madžarska, Daljni vzhod, Slovenija, ZDA; rast tudi v Nemčiji in na Češkem**
- **Rast tržnih deležev na večini trgov**
- **Pozitivno poslovanje v vseh 3 četrtletjih (kljub negativnemu vplivu razmer v Ukrajini in Rusiji), vendar v 4. četrtletju poslabšanje razmer zaradi močne depreciacije rublja, kar je vplivalo na dobičkonosnost**
- **Kljub temu boljša dobičkonosnost poslovanja (v primerjavi z letom 2013):**
 - **EBITDA: +6,6 %**
 - **EBIT: +10,2 %**
 - **Poslovni izid pred davki: 5,1 mio EUR (2013: -18,6 mio EUR)**
 - **Čisti poslovni izid: 0,1 mio EUR (2013: -25 mio EUR)**

2014: ocena poslovanja, poudarki

- **Uspešno izvedeno prestrukturiranje proizvodnje v preteklih letih pomembno izboljšalo dobičkonosnost v letu 2014.**
- **Nenadno poslabšanje razmer v Rusiji in Ukrajini pričakali v boljši kondiciji: vpliv prestrukturiranja proizvodnje, predvsem stroškov dela (-20 mio EUR)**
- **Dobro obvladovanje stroškov surovin in materiala**
- **Boljše upravljanje obratnih sredstev**
- **Nižja čista zadolženost: -26 mio EUR in izboljšanje strukture ročnosti (vključno s prvo izdajo obveznic)**
- **Uspešen zaključek še zadnje izmed 3 dokapitalizacij (konverzija dela dolga v kapital v višini 10 mio EUR)**

2014: ocena poslovanja, poudarki

- **Krepitev strateškega partnerstva s Panasonicom**
- **Od aprila 2014 sodelovanje s proizvajalcem luksuznih hladilnikov in pečic SubZero v ZDA za distribucijo pralnih, sušilnih in pomivalnih strojev Asko**
- **Začetek uvajanja nove generacije vgradnih kuhalnih aparatov na trge**
- **Razširitev prodajne ponudbe Asko s kuhalnimi aparati**

2014: ocena poslovanja, poudarki

mio EUR	2013	Indeks O14 / 13	Ocena* 2014
Konsolidirani prihodki od prodaje	1.240,5	100,3	1.244,3
EBITDA	78,2	106,6	83,4
<i>EBITDA Marža (%)</i>	6,3%	/	6,7%
EBIT	36,3	110,2	40
<i>EBIT Marža (%)</i>	2,9%	/	3,2%
Poslovni izid pred davki	-18,6	/	5,1
Poslovni izid brez ustavljenega poslovanja	-14,4	/	1,1
Poslovni izid ustavljenega poslovanja	-10,6	/	-1
Poslovni izid obračunskega obdobja	-25,0	/	0,1
<i>ROS (%)</i>	-2,0%	/	0,0%
Čisti finančni dolg	358,8	92,7	332,7
Čisti finančni dolg / EBITDA	4,59	/	3,99

*Opomba: Povzetek nerevidiranih računovodskih izkazov družbe Gorenje, d.d., in Skupine Gorenje za leto 2014 bo javno objavljen dne 13.3.2015.

V 2015 se osredotočamo na

dobičkonosnost

- boljša prodajna struktura
- stroškovna učinkovitost
- zmanjševanje kompleksnosti

zniževanje zadolženosti

- dezinvestiranje
- obvladovanje obratnih sredstev

odgovornost

- do vseh deležnikov
- osebna odgovornost vsakega posameznika
- za prihodnost Skupine Gorenje

2015: poslovni načrt, poudarki

- **Nadaljnje izboljšanje dobičkonosnosti poslovanja**
 - **EBITDA: + 11,4 %**
 - **EBIT: + 8 %**
 - **Čisti poslovni izidi: 6,1 mio EUR (ocena 2014: 0,1 mio EUR)**

- **Prihodki: -2,3 % (nižji predvsem zaradi negotovosti razmer v Rusiji, kjer po desetletju rasti prvič pričakujemo nižje prihodke)**

- **Pospešeno prilagajanje poslovnega modela za večjo konkurenčnost (zmanjšanje kompleksnosti, povečanje učinkovitosti)**

- **Povečanje učinkovitosti in uspešnosti v podpornih procesov**

- **Nadaljnja optimizacije obratnega kapitala in znižanje čiste zadolženosti**

- **Rast obsega poslovanja s strateškim partnerjem Panasonic**

2015: poslovni načrt, poudarki

- **Uvajanje novih izdelkov na trge:**
 - Nova generacija vgradnih kuhalnih aparatov Gorenje
 - Novi pomivalni stroji Asko
 - Nova linija kuhalnih aparatov Asko
 - Nova linija kuhalnih aparatov Magna znamke Atag
 - Nova kuhališča linije Matrix znamke Atag

- **Razvoj novih premijskih in inovativnih izdelkov, s katerimi podpiramo rast prodaje v višjih cenovnih razredih**

2015: poslovni načrt, poudarki

mio EUR	2013	Ocena 2014	Načrt 2015	Indeks	
Konsolidirani prihodki od prodaje	1.240,5	1.244,3	1.216,1	97,7	↓
EBITDA	78,2	83,4	92,9	111,4	↑
<i>EBITDA Marža (%)</i>	6,3%	6,7%	7,6%	/	
EBIT	36,3	40,0	43,1	108,0	↑
EBIT Marža (%)	2,9%	3,2%	3,5%	/	
Poslovni izid pred davki	-18,6	5,1	10,8	212,0	↑
Poslovni izid brez ustavljenega poslovanja	-14,4	1,1	7,6	719,1	
Poslovni izid ustavljenega poslovanja	-10,6	-1,0	-1,5	152,9	↑
Poslovni izid obračunskega obdobja	-25,0	0,1	6,1	/	↑
<i>ROS (%)</i>	-2,0%	0,01%	0,5%	/	↑
Čisti finančni dolg	358,8	332,7	321,2	96,5	↓
Čisti finančni dolg / EBITDA	4,59	3,99	3,46	/	↓

Cilj: izboljšanje dobičkonosnosti

Na podlagi:

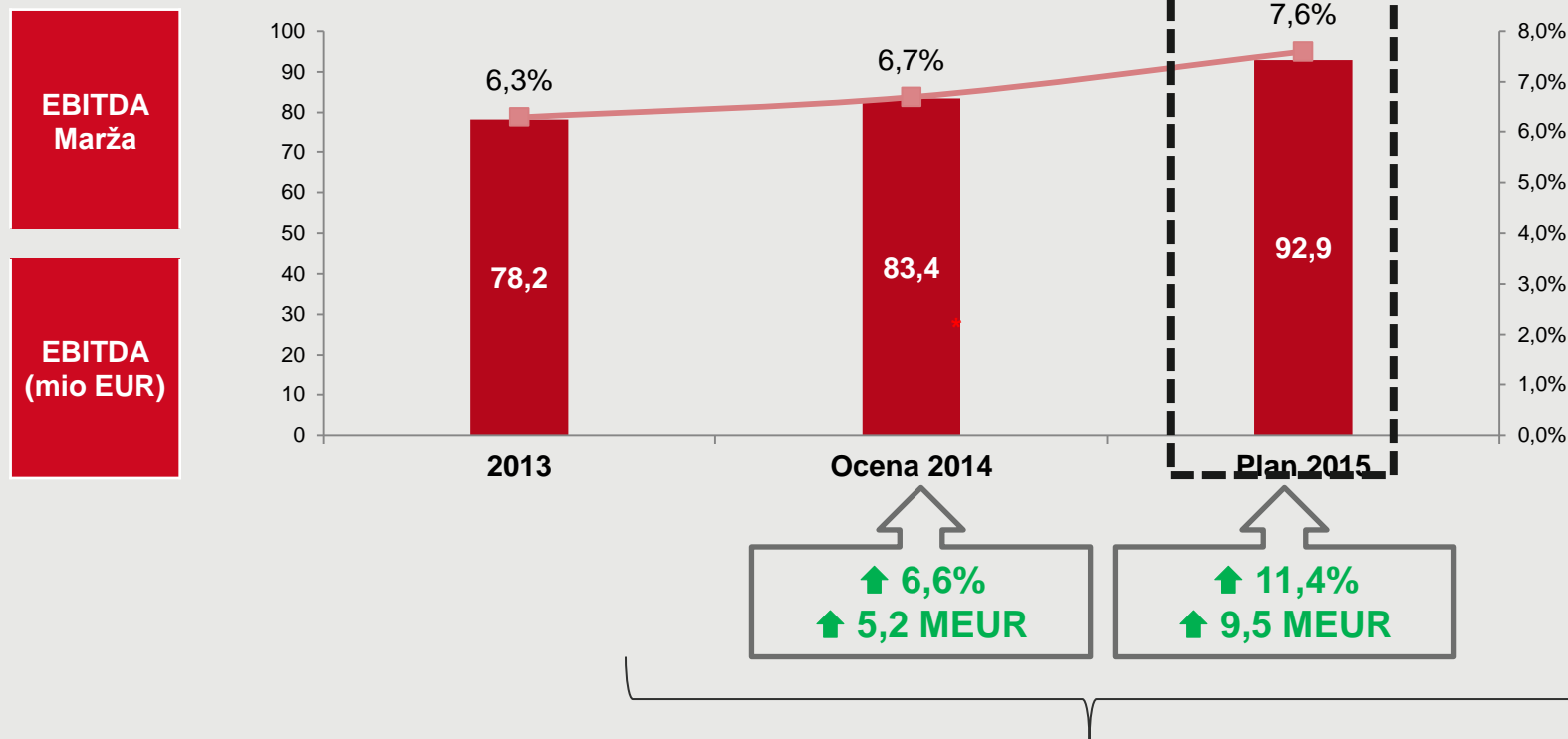
- **izboljšanja produktne strukture prodaje:**
 - rast prodaje premijskih izdelkov na 17,2 % v strukturi količinske prodaje (ocena 2014: 16,4 %),
 - rast prodaje inovativnih izdelkov na 7,2 % v strukturi količinske prodaje (ocena 2014: 7,1 %),
 - rast deleža prihodkov od prodaje naprav za ogrevanje, hlajenje in prezračevanje na 3,6 % (ocena 14: 3,3 %),
 - rast deleža prihodkov od prodaje malih gospodinjskih aparatov na 4,1 % (ocena 14: 3,8 %).

- **izboljšanja geografske strukture prodaje:**
 - rast prihodkov na neevropskih trgih +2,5 % (predvsem Bližnji in Daljni vzhod, Avstralija)

- **prilagoditve cenovne politike**

- **večje stroškovne učinkovitosti:**
 - optimizacija stroškov surovin in materiala,
 - optimizacija stroškov logistike,
 - optimizacija ostalih stroškov storitev,
 - optimizacija stroškov dela,
 - zmanjševanje kompleksnosti z boljšim obvladovanjem šifer gotovih izdelkov in trgovskega blaga.

EBITDA

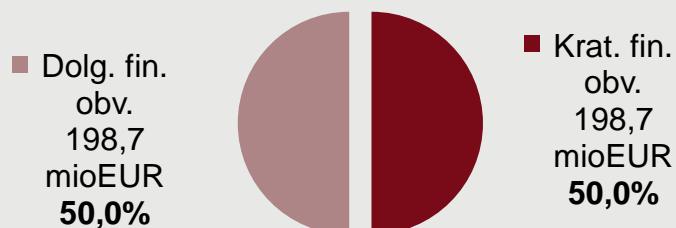


Izboljšanje poslovnoizidne uspešnosti na nivoju EBITDA zaradi načrtovanega višjega prispevka za kritje, predvsem na poslovnem področju Dom

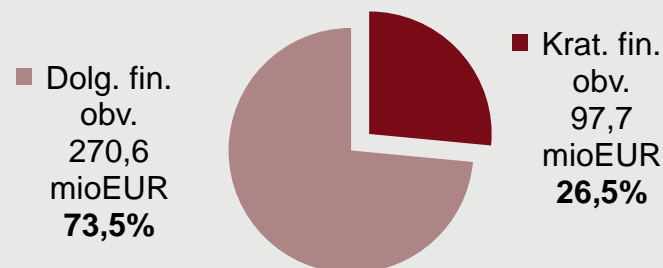
Cilj: znižanje zadolženosti in ohranjanje stabilne strukture ročnosti finančnih obveznosti

- Nadaljnje znižanje čiste finančne zadolženosti (boljše obvladovanje obratnih sredstev, dezinvestiranje)
- Izboljšanje neto finančni dolg/ EBITDA na 3,46
- Ohranjaje stabilne strukture ročnosti finančnih obveznosti

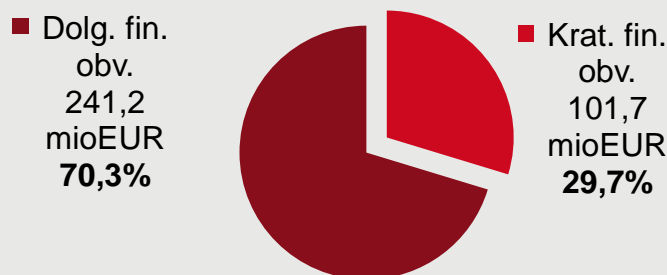
2013



Ocena 2014



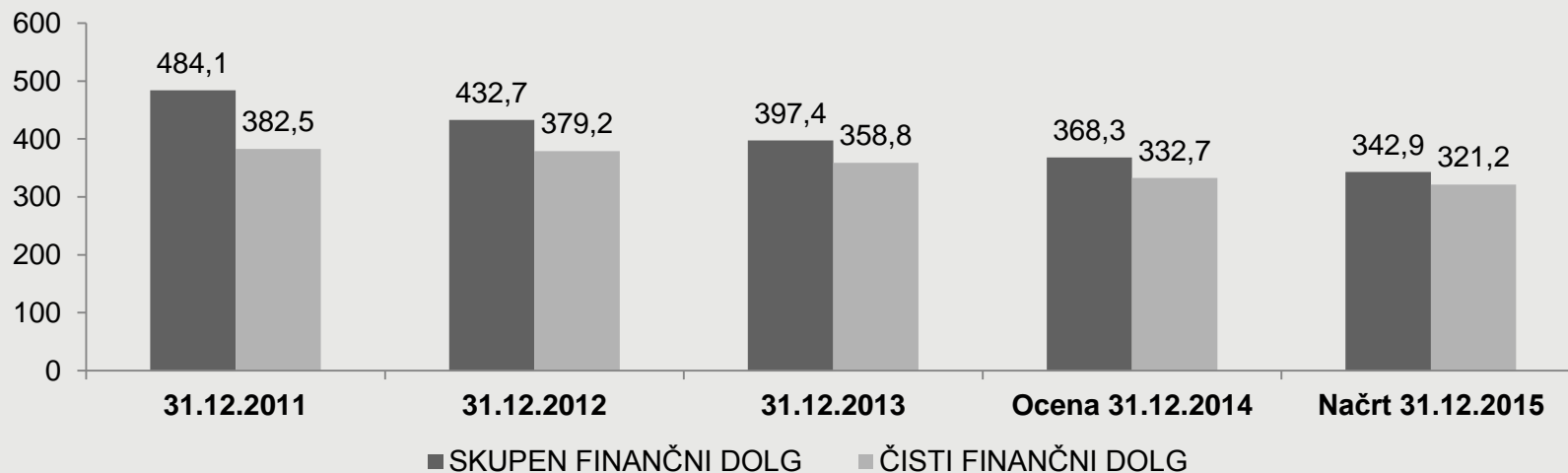
Načrt 2015



Cilj: znižanje zadolženosti in ohranjanje stabilne strukture ročnosti finančnih obveznosti

- Znižanje bruto finančnega dolga za 25,4 MEUR;
- Znižanje neto finančnega dolga za 11,5 MEUR;
- Izboljšanje kazalnika neto finančni dolg / EBITDA iz 3,99 na 3,46.

Skupen in čisti finančni dolg



3. izdaja komercialnih zapisov, februar 2015

Predvidena struktura in lastnosti izdaje

Tip instrumenta	Instrument denarnega trga
Izdajatelj	Gorenje, d.d.
Indikativen donos do dospelja	2,20 %
Benchmark o.m.	1- letna zakladna menica
Zapadlost	18. 12. 2015
Valuta	EUR
Pričakovana velikost izdaje	20.000.000 EUR
Nominalna vrednost	1.000 EUR
Minimalna vrednost nakupa	10.000 EUR
Zavarovanje/Garancije	Brez
Pričakovan datum izdaje	20. 2. 2015
Organizator izdaje	ALTA Invest, d.d.

Razlogi za izdajo

1. Sezonsko financiranje poslovanja, skladno z medletno dinamiko gibanja denarnega toka.

- Skupina Gorenje ima praviloma višje potrebe po denarnem toku v začetku leta, nato pa se nižajo do zadnjega četrletja, ko ima Skupina presežek denarnega toka.
- V prvem četrletju ima namreč Skupina negativni denarni tok iz poslovanja in investiranja, pogojen s sezonsko dinamiko prodaje gotovih izdelkov ter nabave materiala in surovin. Potem pa se tekom leta denarni tok iz poslovanja in investiranja krepi do zadnjega četrletja, ko je prodaja najmočnejša.

2. Razpršitev kratkoročnih virov financiranja.

- Skupina Gorenje s to izdajo nadaljuje dolgoročno strategijo delnega financiranja preko kapitalskih trgov.

Postopek nakupa-pomembni datumi

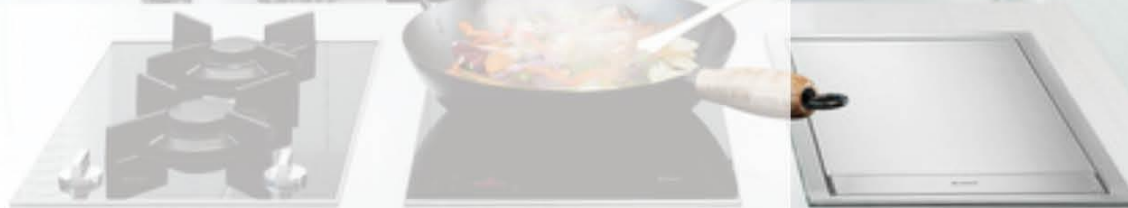
Ponudba komercialnih zapisov bo potekala v dveh krogih, in sicer:

- Prvi vpisni krog bo potekal od **16. 2. 2015** do vključno **18. 2. 2015 do 12. ure**, z rokom plačila za dodeljene komercialne zapise do dne **20. 2. 2015 do 12. ure**;
- Drugi vpisni krog traja od 2. 3. 2015 do 1. 12. 2015. V drugem krogu bo prodajna cena komercialnih zapisov, glede na potek obrestovalnega obdobja in razmer na trgu, primerno prilagojena.

Izdajatelj je predvidel tudi možnost sklepanja reodkupnih pogodb s komercialnimi zapisi. Vsebina reodkupne pogodbe bo posebej določena v skladu s pogajanjem med vlagateljem in izdajateljem, pri čemer bo reodkupne pogodbe v imenu in za račun družbe Gorenje, d.d. sklepala družba ALTA Invest d.d.

gorenjegroup

ALTA
NOVA NALOŽBENA KULTURA



**Hvala za
pozornost!**

Dejavniki, ki imajo vpliv na napovedi (forward-looking statements)

Predstavitev vsebuje t.i. "forward-looking" napovedi in informacijami –to je z 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 in Varšavske 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 valutnih 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.