

KOMENTAR UPRAVE NA OCENO POSLOVANJA SKUPINE GORENJE V LETU 2015 IN NAPOVED ZA LETO 2016

V letu 2015 prodaja gospodinjskih aparatov preseгла načrte. V letu 2016 večja tudi dobičkonosnost.

V zadnjem četrtletju 2015 smo poslovali z dobičkom. Rezultat leta bo v pretežni meri odvisen od gibanja tečajnih razmerij.

Velenje, 15. januar 2016 - Po šibkem začetku leta 2015 se je Skupina Gorenje uspešno prilagajala nestabilnim makroekonomskim in političnim razmeram, krepila prodajo in tržne deleže. V zadnjem četrtletju je dosegla najvišjo prodajo in ustvarila dobiček. S tem je preseгла načrtovane prihodke v osnovni dejavnosti aparatov za dom, ki v letu 2015 znašajo dobro milijardo evrov. Končni rezultat, ki bo skladen z napovedjo iz novembra, pa bo v pretežni meri odvisen od negativnih učinkov gibanj valutnih tečajev. Ocenjujem, da bodo negativne tečajne razlike so znašale 12,6 milijona evrov in bodo za približno 6 milijonov evrov presegle načrtovane.

Poslovanje v letu 2015 je zaznamovala makroekonomska in politična nestabilnost, predvsem v Rusiji in Ukrajini. Trg gospodinjskih aparatov v Rusiji, enem največjih in najbolj dobičkonosnih Gorenjevih trgov, se je zmanjšal za 35 odstotkov. In čeprav je prodaja upadla za 30 odstotkov, je Skupina Gorenje povečala tržne deleže.

Po šibkem začetku leta se je poslovanje Skupine Gorenje vseskozi izboljševalo in v zadnjem četrtletju smo v osnovni dejavnosti gospodinjskih aparatov kljub težkim razmeram v Rusiji in Ukrajini dosegli najvišjo prodajo in v skladu z napovedmi za 0,6 odstotkov presegli načrtovane prihodke področja Dom za leto 2015, ki znašajo dobro milijardo evrov (1.05 milijona evrov).

Hkrati smo v zadnjem četrtletju ustvarili najvišji dobiček iz poslovanja pred amortizacijo (EBITDA), ki je višji tudi od primerljivega v lanskem zadnjem četrtletju. Ocenjujemo, da bo EBITDA Skupine Gorenje v letu 2015 med 78 in 80 milijonov evrov.

Uspešnost nenehnega prilagajanja nestabilnim razmeram in nadomeščanja padca ruskega trga se kaže v krepitvi prodaje in tržnih deležev vse od prvega četrtletja naprej. Prodaja in tržni deleži so rastle predvsem na trgih zunaj Evrope, v Vzhodni Evropi in Beneluksu. Povečali smo prodajo izdelkov pod premijsko blagovno znamko Asko in s tem delež prodaje premijskih in inovativnih izdelkov, hkrati pa zabeležili dvig povprečne cene na trgih za več kot 1 odstotno točko.

Ocenjeni prihodki celotne Skupine za leto 2015 znašajo 1.217 milijona evrov in za 0,6 odstotka zaostajajo za načrtovanimi, kar je posledica spremenjenih makroekonomskih razmer

na področju netemeljne dejavnosti, ki jih je zaznamoval strm padec cen sekundarnih surovin v zadnjem četrtletju.

V zadnjem četrtletju smo ustvarili pozitiven denarni tok ter posledično znižali čisto zadolženost na raven, primerljivo s koncem leta 2014. Ocenjujemo, da bo razmerje med čistim dolgom in EBITDA ob koncu leta med 4,2 in 4,3. Pri tem je pomembno, da smo izboljšali strukturo ročnosti finančnih obveznosti, dolgoročnih je 74 odstotkov, ter znižali obseg potrebnega refinanciranja za leto 2016.

V skladu s strateškimi usmeritvami smo začeli proces dezinvestiranja nekaterih družb iz netemeljnih dejavnosti.

Nerevidirani računovodski izkazi za leto 2015 bodo objavljeni 11. marca 2016.

LETO 2016 – PRVO LETO NOVEGA STRATEŠKEGA OBDOBJA

Skladno s strateškimi cilji se bomo osredotočali na našo osnovno dejavnost, zato načrtujemo rast prihodkov od prodaje Skupine Gorenje za 4,6 odstotka in prodaje področja Dom za 5,2 odstotka, kakor tudi rast dobička iz poslovanja pred amortizacijo za 13,8 odstotkov. Čisti dobiček načrtujemo v višini 7,6 milijona evrov.

Nadaljevali bomo z izboljševanjem na vseh ravneh poslovanja, stroškovno optimizacijo stroškov materiala, storitev in dela, optimiranjem obratnega kapitala ter ustvarjanjem pozitivnega denarnega toka.

Rast prihodkov in dobičkonosnosti temeljita na izboljševanju geografske in izdelčne prodajne strukture, kar se odraža v povišanju povprečnih prodajnih cen. V podporo tema usmeritvama povečujemo vlaganja v marketing in razvoj. Geografsko to pomeni, da bomo krepili prodajo na bolj dobičkonosnih trgih, tudi zunaj Evrope in v državah Beneluksa. Produktno strukturo pa bomo izboljševali z rastjo prodaje pod premijskima blagovnama znamka Asko in Atag ter povečanjem deleža prodaje inovativnih in premijskih izdelkov pod blagovno znamko Gorenje.

Nadaljevali bomo z zniževanjem relativne zadolženosti (čisti finančni dolg / EBITDA), ohranjanjem stabilne finančne strukture ročnosti finančnih obveznosti, kar pomeni več kot 70 odstotkov dolgoročnih virov, ter izboljševanjem povprečne ročnosti dolga.

Pred nami je prvo leto novega strateškega obdobja. Čeprav napovedi za leto 2016 ne predvidevajo bistvenega izboljšanja razmer in okrevanja trga gospodinjskih aparatov, ocenjujemo, da smo v Gorenju zastavili ustrezne strategije in aktivnosti za nadaljnjo rast, krepitev tržnih deležev ter pomembno izboljšanje dobičkonosnosti in finančne moči.