

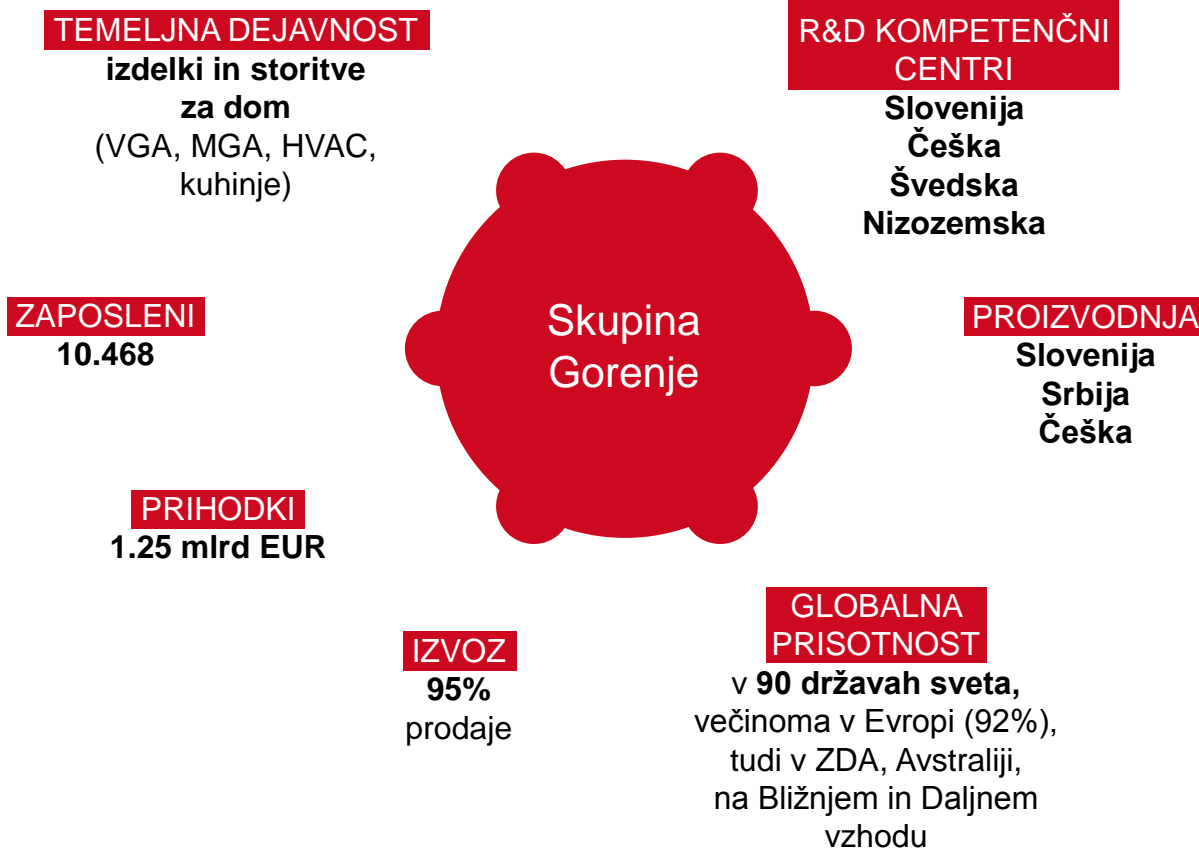
Komercialni zapisi GRV04

**Predstavitev poslovanja Skupine
Gorenje in predlaganih pogojev nove
izdaje komercialnih zapisov**

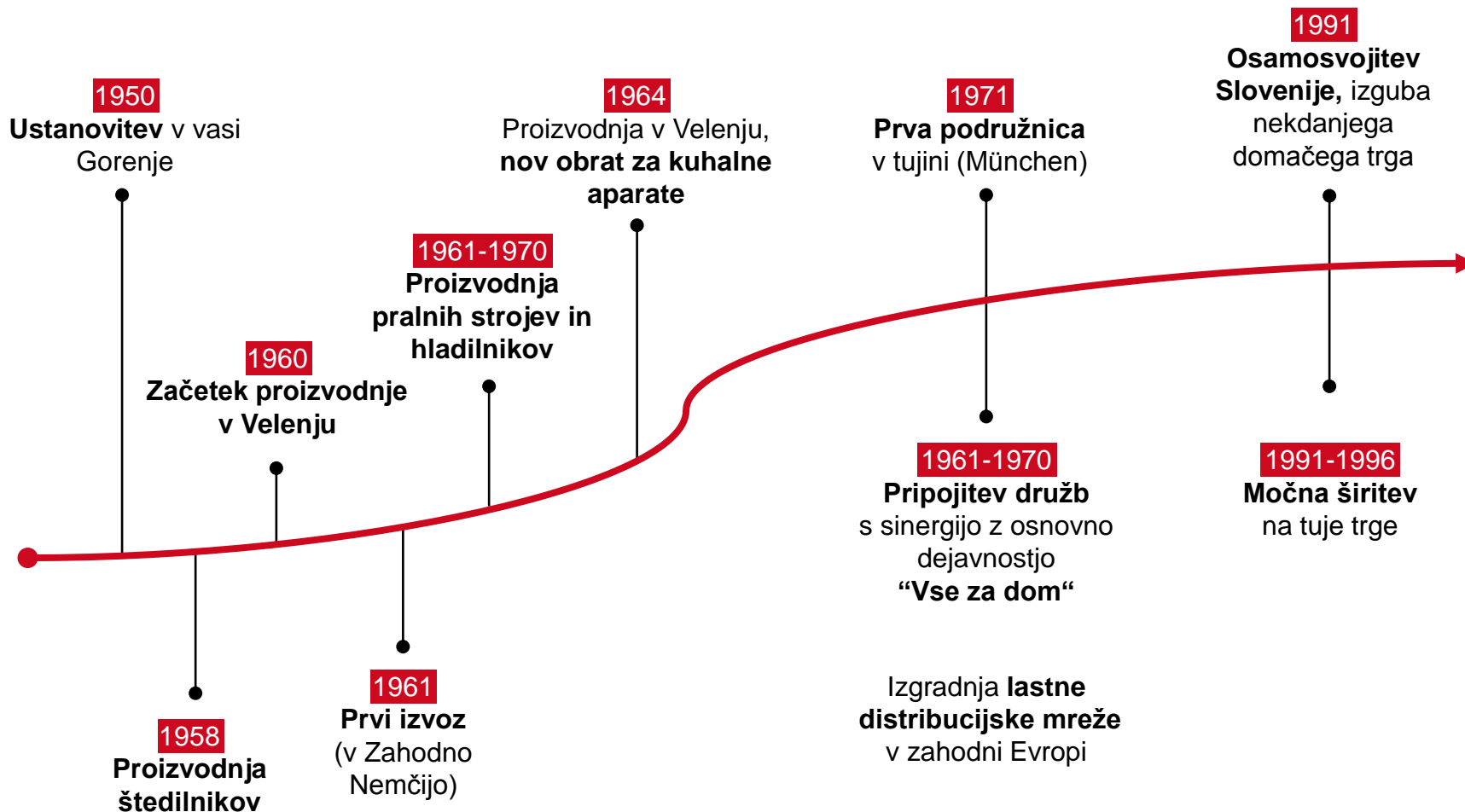
Januar 2016



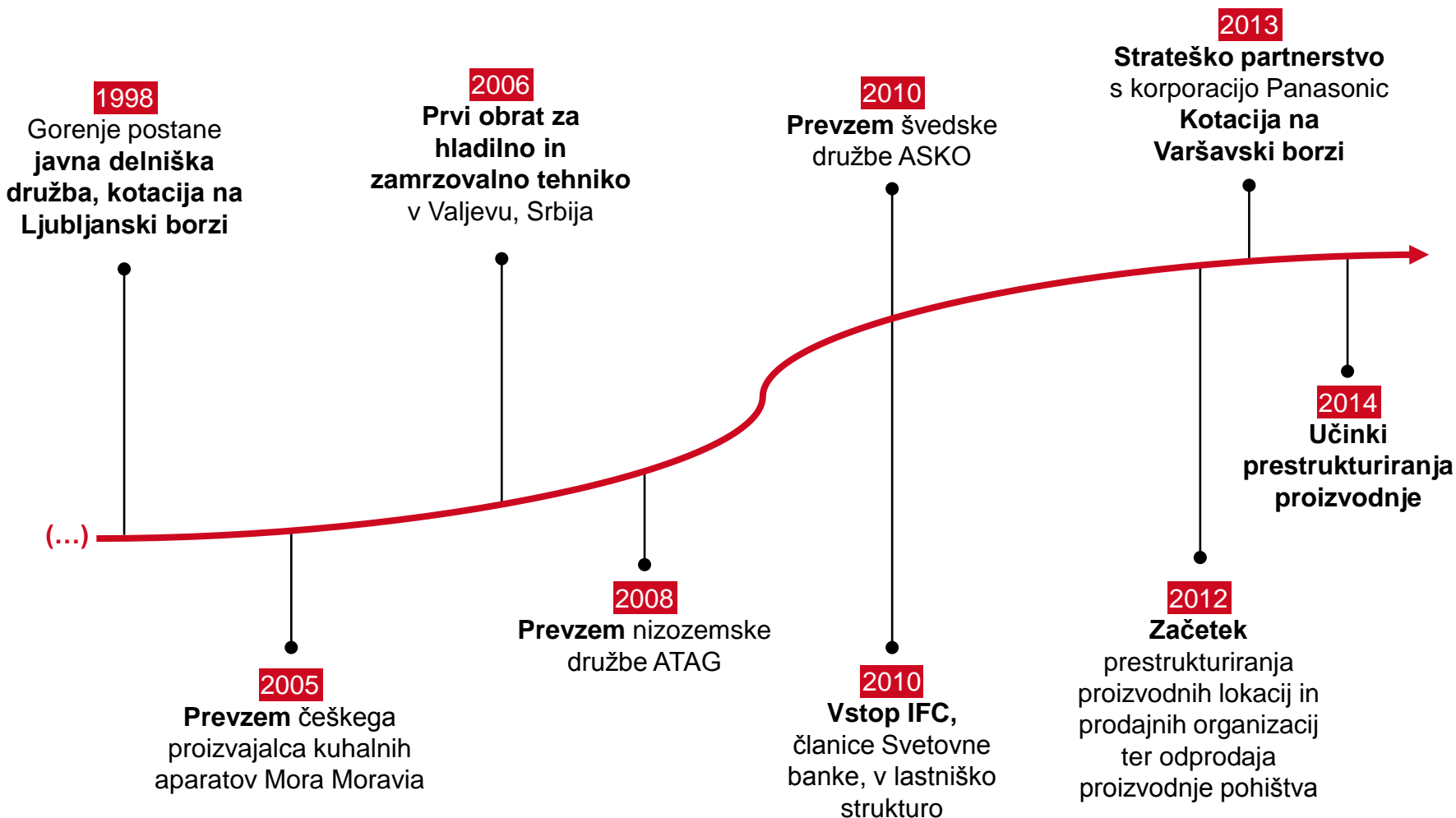
Eden izmed vodilnih evropskih proizvajalcev izdelkov za dom



Več kot 60 let tradicije



Hiter razvoj v zadnjem desetletju



Lastniška struktura

Več kot 50% tujih delničarjev



KAD
16,37%



IFC
11,80%



Panasonic
10,74%



KDPW
Fiduciarni
račun
8,06%



Ostali
finančni
vlagatelji
36,17%



Fizične
osebe
13,10%



Zaposleni
3,26%



Lastne
delnice
0,50%

Strateško partnerstvo s **Panasonicom**

DOLGOROČNO STRATEŠKO PARTNERSTVO



POSLOVNO SODELOVANJE

R&R – Skupni razvojni projekti
(nova generacija pralnih strojev)

Proizvodnja

Višja izkoriščenost proizvodnih kapacitet
Izmenjava proizvodnega know-how

Prodaja

Možnost skupnih prodajnih in distribucijskih kanalov

Razširitev strateškega sodelovanja na poslovna področja:

(a) nabava materialov in komponent, (b) proizvodne inovacije,
(c) poprodajne storitve, (d) logistika (e) zagotavljanje kakovosti
ter (f) distribucija velikih in malih gospodinjskih aparatov na
izbranih trgih.

KAPITALSKA POVEZAVA

Panasonic – manjšinski delničar Gorenja

Sporazum o moratoriju na povečanje deleža (Standstill Agreement). Panasonic ne bo povečal svojega deleža v lastniškem kapitalu nad 13% do 2018.

PREDNOSTI STRATEŠKEGA PARTNERSTVA ZA GORENJE

Boljše pokrivanje fiksnih stroškov

Izboljšana kapitalna struktura

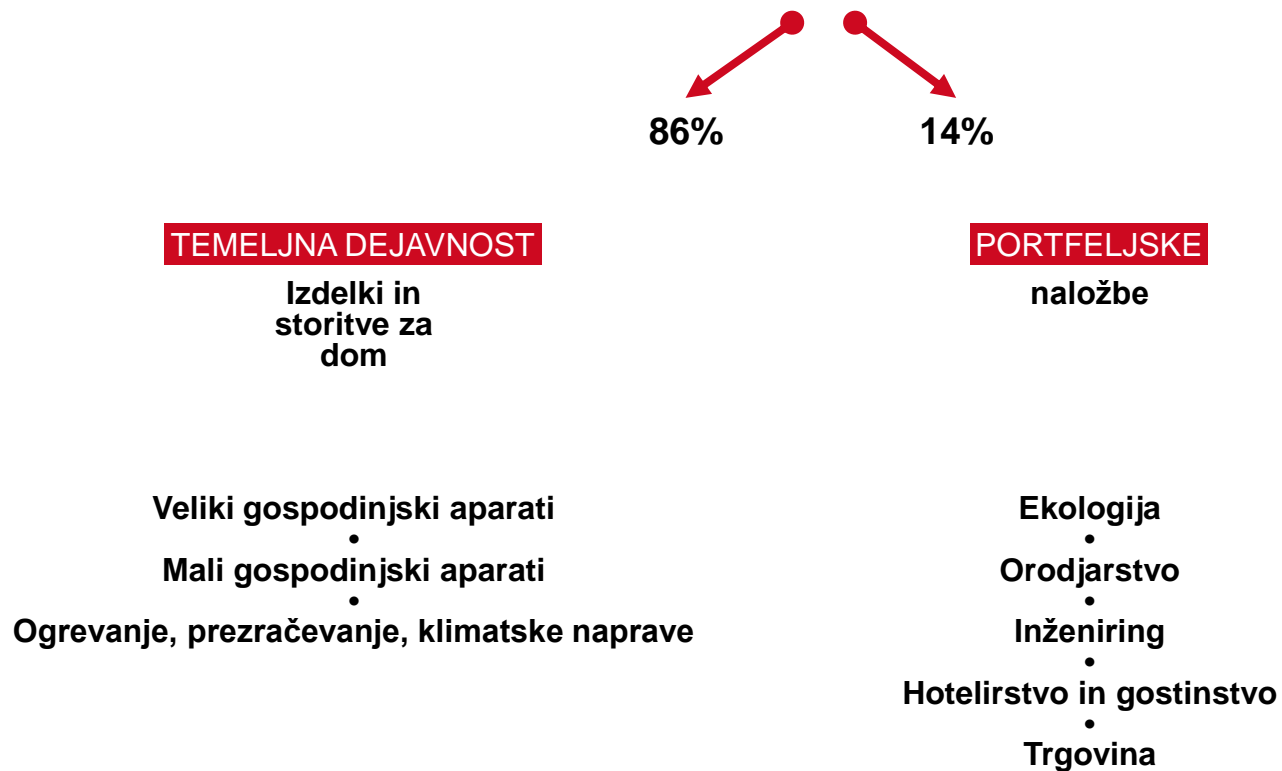
Pospešena vlaganja in R & D aktivnosti

Boljši dostop do mednarodnih kapitalskih trgov

Dodatni letni prihodki v višini do 80 mio EUR na letni ravni do leta 2018

Postopno izboljšanje EBITDA za do 20 mio EUR na letni ravni do leta 2018

Poslovna področja

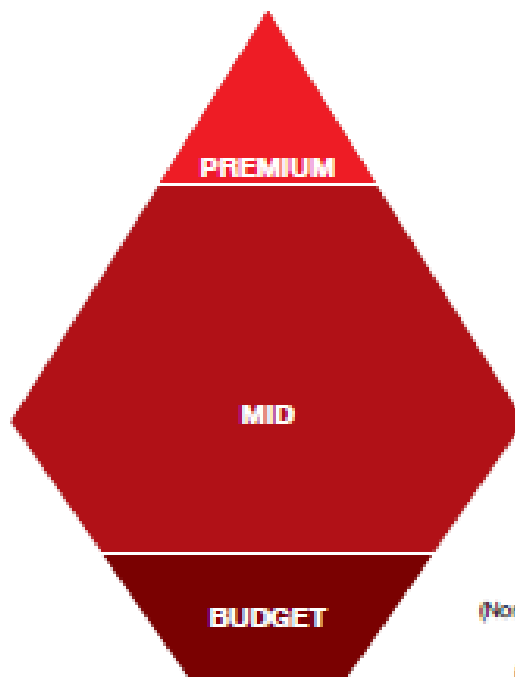


Blagovne znamke Skupine Gorenje

GLOBALNI
ZNAMKI

 **ASKO**


gorenje



LOKALNE
ZNAMKE

ATAG
(Benelux)

Pelgrim
(Benelux)


(Nordijske države)
MORA
(V Evropi)

NETNA
(Benelux)
körting
(V Evropi)

Uvedba strategije več blagovnih znamk z dodatno pozornostjo v zgornjem srednjem in visokem cenovnem razredu

gorenjegroup

gorenje

**Že 60 let izzivamo
kreativnost industrije z
drznimi oblikovalskimi
pristopi**

gorenjegroup



ASKO

**Globalna premijska
znamka**

**Glavni trgi: ZDA, Avstralija, Skandinavija,
Rusija ter izbrani trgi Azije**

Cilji:

- razširitev prodajnega asortimana**
- krepitev položaja na ključnih trgih**
- širitev na nove trge**

Najpomembnejši trgi: Nemčija, Rusija in Nizozemska

Premišljeno načrtovana prodajna mreža,
ki jo bo Skupina Gorenje v prihodnje širila zunaj Evrope.

NEMČIJA
RUSIJA
NIZOZEMSKA

SRBIJA
ŠLOVENIJA
ČEŠKA REPUBLIKA
HRVAŠKA
DANSKA

AVSTRALIJA
ZDA

UKRAJINA
BIH
AVSTRIJA
POLJSKA
BELGIJA
MADŽARSKA
FINSKA
NORVEŠKA
ROMUNIJA
ŠLOVASKA
ŠVEDSKA
BOLGARIJA
VELIKA BRITANIJA
FRANCIJA
CRNA GORA



Vrednostna struktura prodaje pod lastnimi blagovnimi znamkami.

Razvojni kompetenčni centri

Razvoj v Skupini Gorenje predstavlja trdne temelje za **nadaljnjo rast v premijskem in inovativnem segmentu**.

Na področju **raziskav in razvoja** je **zaposlenih 360 sodelavcev** iz različnih držav, ki sodelujejo v mednarodnih timih.

Sodelujejo tudi z mednarodnimi institucijami, centri znanja in odličnosti ter drugimi izobraževalnimi in raziskovalnimi institucijami.

LIDKÖPING
ŠVEDSKA
Pomivalni stroji

MORA MORAVIA
ČESKA
Kuhalni aparati

DUVEN
NIZOZEMSKA
Kuhalni aparati: plinska
kuhalšča, kuhinjske nape

VELENJE
SLOVENIJA
Kuhalni aparati
Hladilno-zamrzovalni aparati
Pralni in sušilni aparati
Elektronika
Skupne razvojne enote

Proizvodne lokacije velikih gospodinjskih aparatov

Potem, ko so v Skupini Gorenje v letih 2012 in 2013 izvedli **strateške selitve proizvodnje** s Švedske v Slovenijo, iz Finske na Češko in iz Slovenije v Srbijo, je bilo **leto 2014 leto konsolidacije proizvodnih lokacij**.

Slovenija, Velenje

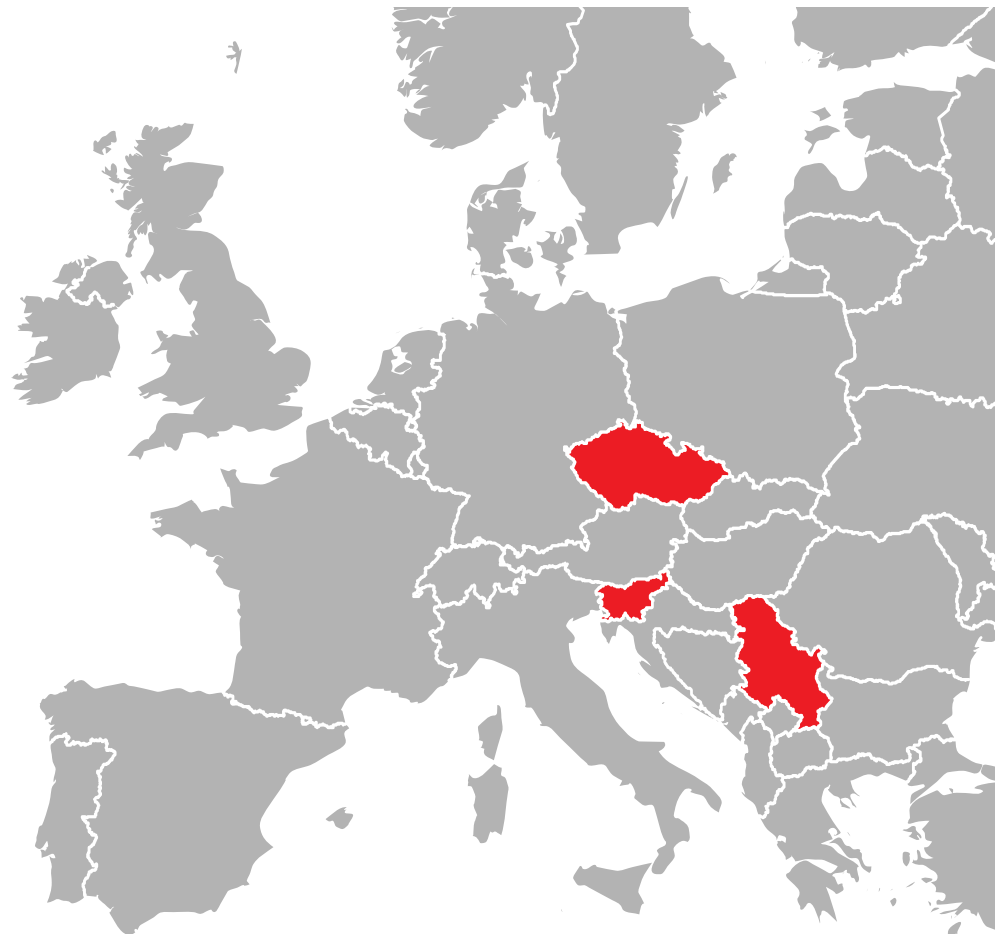
Izdelki z visoko dodano vrednostjo – kuhalni aparati, pomivalni stroji ter zahtevnejši pralni in sušilni stroji

Češka, Mariánské údolí

Samostojni štedilniki

Srbija, Valjevo, Stara Pazova, Zaječar

Hladilni in zamrzovalni aparati, grelniki vode ter pralni stroji in sušilni stroji za nižje cenovne segmente



Ocena 2015: Glavni poudarki

- **Presegli smo načrtovane prihodke od prodaje poslovnega področja Dom** za leto 2015, kljub zaostrenim razmeram v Rusiji in Ukrajini. Prihodki v višini 1.050 mio EUR za 0,6% presegajo načrtovane.
- **Prihodki od prodaje Skupine Gorenje** znašajo 1.217 mio EUR in za 0,6% zaostajajo za načrtovanimi, kar je posledica spremenjenih makroekonomskih razmer na področju netemeljne dejavnosti (strm padec cen sekundarnih surovin v zadnjem četrletju).
- Vse od prvega četrletja smo beležili rast prodaje in tržnih deležev, predvsem na:
 - trgih **zunaj Evrope**
 - v **Vzhodni Evropi**
 - v **Beneluksu**
- Povečali smo **prodajo pod premijsko blagovno znamko Asko.**
- S spreminjanjem geografske in izdelčne strukture prodaje smo **povečali delež prodaje premijskih in inovativnih izdelkov.**

Ocena 2015: Glavni poudarki

- Močan vpliv **nestabilnega poslovnega okolja** (Rusija, Ukrajina,...).
- **Spremenljivost tečajnih razmerij** USD/EUR, RUB/EUR.
- Padec trga gospodinjskih aparatov **v Rusiji za 35 %**; čeprav je bila prodaja nižja za 30 %, je **Skupina Gorenje okrepila tržne deleže**.
- **Učinkovito optimiranje stroškov** surovin in materiala (kljub krepitvi dolarja) in stroškov storitev, predvsem logistike.
- **Krepitev partnerstva s Panasonicom** (10 mio EUR prihodkov od prodaje, skupen razvoj).
- Po **šibkem začetku leta** smo poslovanje izboljševali, **v zadnjem četrletju pa dosegli najvišji EBITDA** (višji tudi od primerljivega v 2014).
- Ocenjujemo, da bo **EBITDA Skupine Gorenje v letu 2015 med 78 in 80 mio EUR**.

Ocena 2015: Glavni poudarki

- **Uspešno smo upravljali čista obratna sredstva**, predvsem terjatve, ter zmanjšali kompleksnosti zalog.
- Ustvarili smo **pozitiven denarni tok v zadnjem četrletju** ter posledično **znižali čisto zadolženost na nivo**, primerljiv s koncem leta 2014.
- **Ocenjujemo, da bo razmerje med čistim dolgom in EBITDA ob koncu leta med 4,2 in 4,3.**
- Pomembno smo **izboljšali strukturo ročnosti finančnih obveznosti** (dolgoročnih je 74 %) ter **znižali obseg potrebnega refinanciranja za leto 2016.**
- **Na čisti poslovni izid je v veliki meri vplivala velika spremenljivost tečajev.** Ocenjujemo, da bodo negativne tečajne razlike so znašale okrog 12,6 mio EUR in bodo za 6 mio EUR presegale načrtovane negativne tečajne razlike.
- **V zadnjem četrletju smo poslovali z dobičkom.** Čisti poslovni izid leta 2015 bo skluden z napovedjo iz novembra.

Poslovni načrt 2016: Glavni poudarki

- Prvo leto novega strateškega obdobja 2016-2020, skladno s ključnimi strateškimi cilji.
- Načrtujemo nadaljevanje rasti prihodkov od prodaje
 - Skupine Gorenje (+4,6 %)
 - Področja Dom (+5,2 %)
- Krepitev dobičkonosnosti Skupine Gorenje
 - EBITDA: + 13,8 %
 - EBIT: + 24,1 %
 - Čisti poslovni izid: 7,6 mio EUR
- Projekti izboljšav na vseh ravneh poslovanja.
- Nadaljnja optimizacija obratnega kapitala ter ustvarjanje pozitivnega denarnega toka.
- Osredotočanje na osnovno dejavnost.
- Zniževanje relativne zadolženosti Skupine (čisti finančni dolg / EBITDA).

Poslovni načrt 2016 (brez družb s področja ekologije)

mio EUR	Ocena primerljivo*	Plan*	Indeks N16/O15
	2015	2016	
Konsolidirani prihodki od prodaje	1.147,9	1.201,0	104,6
EBITDA	74,6	84,9	113,8
<i>EBITDA Marža (%)</i>	6,5%	7,1%	/
EBIT	30,3	37,6	124,1
<i>EBIT Marža (%)</i>	2,6%	3,1%	/
Poslovni izid pred davki	n/a	11,2	/
Poslovni izid obračunskega obdobja	n/a	7,6	/
ROS (%)	n/a	0,6%	/

* Za namen primerljivosti med letoma 2015 in 2016 so podatki Ocena 2015 prikazani na primerljivih osnovah in ne zajemajo poslovanja družb s področja Ekologije, ki so v procesu dezinvestiranja.

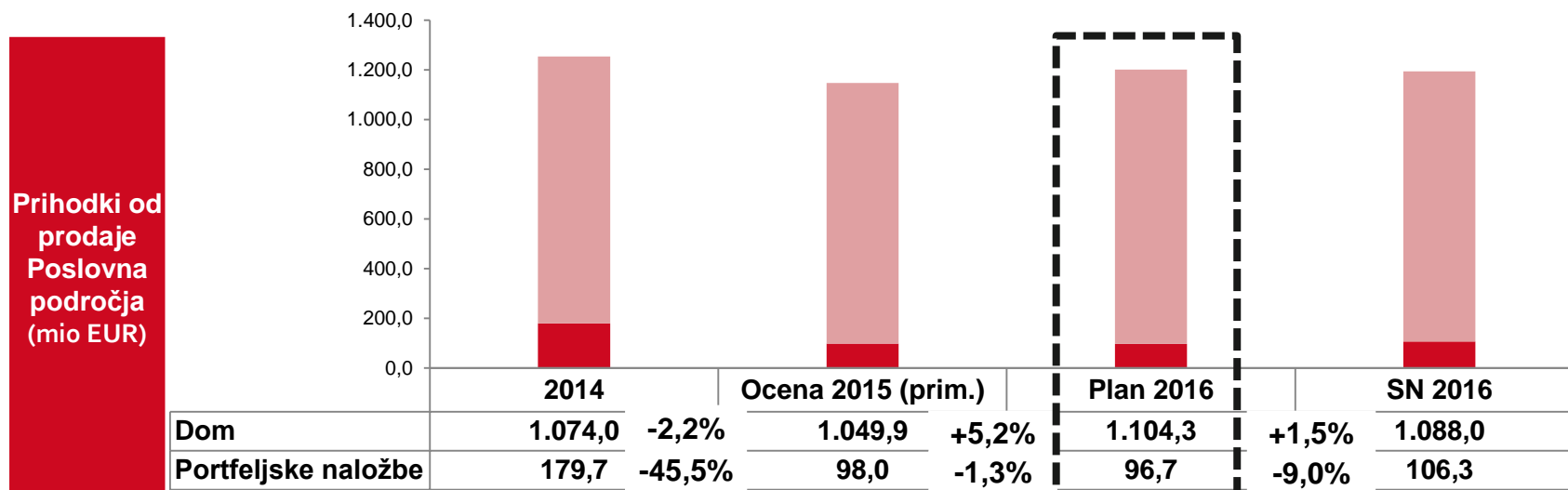
Poslovni načrt 2016: Glavni poudarki

- Rast prihodkov in dobičkonosnosti temelji na:
 - **Izboljšani geografski prodajni strukturi:** nadaljnja rast na trgih **zunaj Evrope** in v **Beneluxu**
 - **Izboljšani produktni prodajni strukturi:** rast prodaje izdelkov pod blagovnimi znamkama **Asko** in **Atag**, povečanje deleža prodaje **inovativnih izdelkov** in **premijskih izdelkov**
- Posledično **povišanje povprečnih prodajnih cen**
 - **Enakomernejši dinamiki prodaje in produkcije**
 - **Stroškovni optimizaciji** (stroški materiala, storitev ter dela)
- V podporo rasti prodaje v premijskem in inovativnem segmentu **povečujemo vlaganja v marketing in razvoj.**
- **V letu 2016 zaključujemo pomemben investicijski cikel vlaganja v tehnologijo za proizvodnjo novih izdelkov.**

Poslovni načrt 2016: Prihodki od prodaje v mio EUR

Načrtujemo nadaljevanje rasti prihodkov od prodaje

- Skupine Gorenje (+4,6 %)
- Področja Dom (+5,2 %)



Struktura prihodkov od prodaje	2014	Ocena 2015 (prim.)	Plan 2016	SN 2016
Dom	85,7%	91,5%	92,0%	91,1%
Portfeljske naložbe	14,3%	8,5%	8,0%	8,9%

Poslovni načrt 2016: Glavni poudarki

Razvoj in uvajanje novih izdelkov na trge

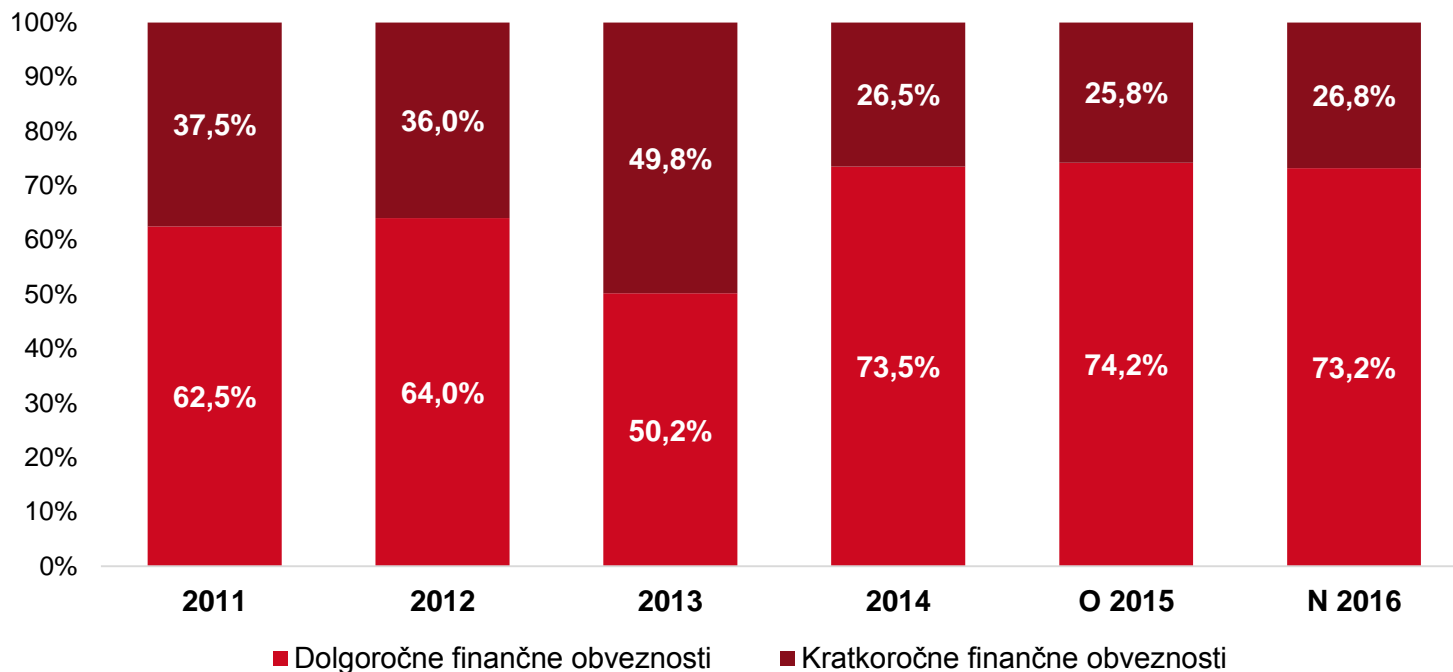
- Novosti v vseh produktnih skupinah
- Inovativne funkcije, simplicity, uporabniku prijazno upravljanje
- Nove platforme za aparate visokega cenovnega razreda blagovne znamke Asko
- Razvoj platforme za povezljive aparate
- Skupen razvoj s Panasonicom



Poslovni načrt 2016: Glavni poudarki

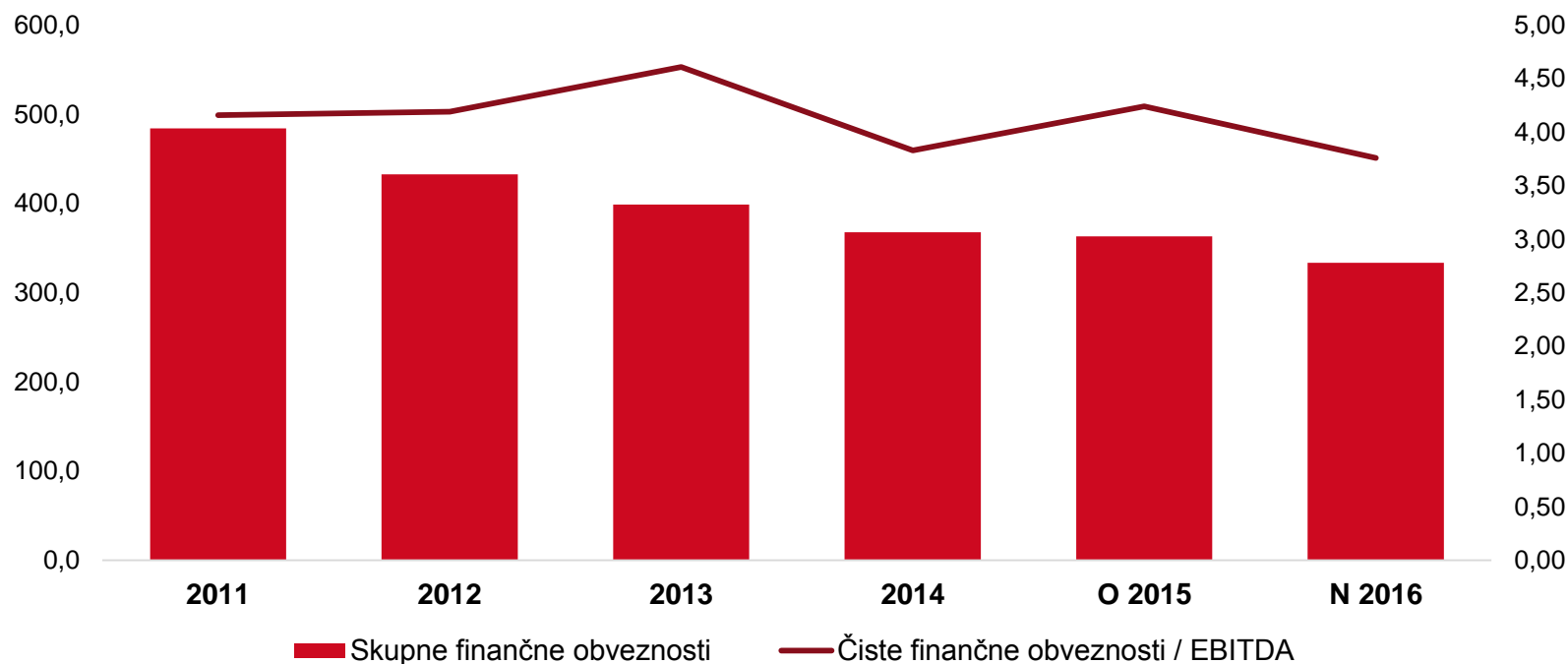
Upravljanje dolga

- Zniževanje relativne zadolženosti (čisti finančni dolg / EBITDA).
- Ohranjanje stabilne finančne strukture ročnosti finančnih obveznosti tudi v letu 2016 (> 70 % dolgoročnih virov) ter izboljšana povprečna ročnost dolga.
- Enakomernejša dinamika potrebnega refinanciranja (~ 80 mio EUR letno).
- Nadaljnja refinanciranja z namenom zniževanja povprečnega stroška financiranja.



- **Sistematično izboljšujemo strukturo ročnosti dolga** ter s tem povečujemo **dolgoročno stabilnost**
- Z refinanciranji smo ob koncu leta 2015 zagotovili **enakomernejšo dinamiko zapadanja dolga** ter s tem **znižali potrebe po refinanciranju** - v letu 2016 obseg refinanciranja na ravni 80 m EUR, **aktivnosti za refinanciranje dolga**, ki postopno zapada v letu 2016, **so v zaključni fazi**
- **S kratkoročnimi viri**, sestavljenimi tako iz bančnih posojil, kot tudi virov, pridobljenih na kapitalskih trgih, **uravnavamo dinamiko denarnega toka**, ki je praviloma negativna v prvi polovici, ter močno pozitivna v drugi polovici leta, predvsem v zadnjem četrtletju.

Poslovni načrt 2016: Zniževanje relativne zadolženosti



- Usmerjeni smo v ustvarjanje prostega denarnega toka, s čimer **sistematično znižujemo zadolženost Skupine Gorenje**
- Z refinanciranjem smo ob koncu leta 2015 zagotovili **ugodnejše stroške financiranja za bodoča obdobja**

g4

GorenjeGroupGrowsGlobal

STRATEŠKI NAČRT **POVZETEK**

2016
2020

ZAKAJ NOVI STRATEŠKI NAČRT?

Nova strategija – priložnosti v novi poslovni realnosti

- **Nestabilno in nepredvidljivo poslovno okolje**, posebej v Rusiji in Ukrajini
- **Spremembe znotraj Skupine Gorenje** (odprodaja dejavnosti ekologije zaradi osredotočanja na temeljno dejavnost)
- Zahteve vlagateljev po **dolgoročni razvojni perspektivi** Skupine Gorenje

DVE KLJUČNI STRATEŠKI USMERITVI

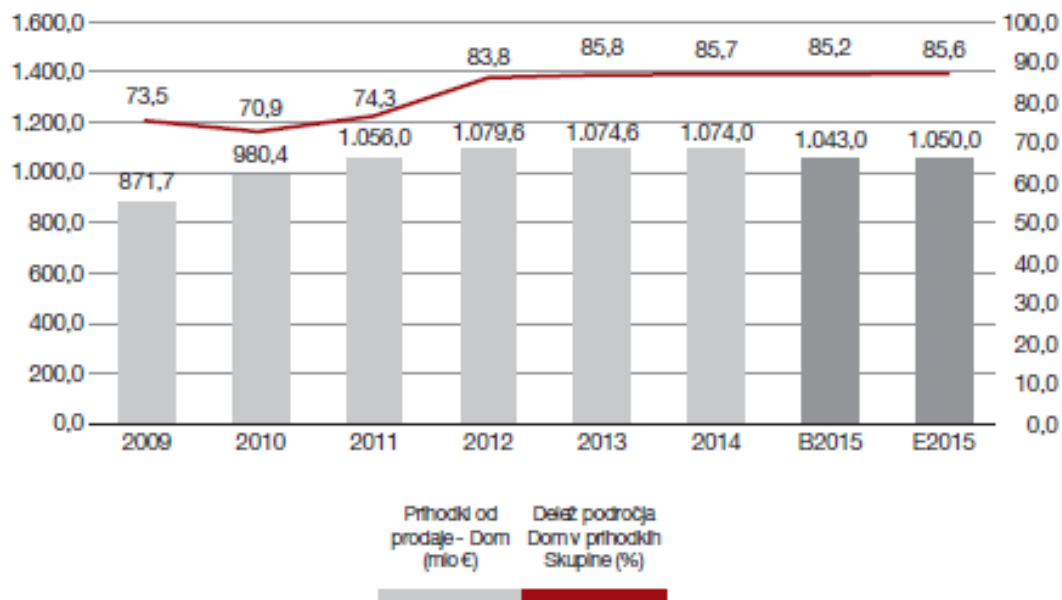
- Dobičkonosna rast
- Globalna prisotnost

g4

GorenjeGroupGrowsGlobal

RAZVOJ PRIHODKOV OD PRODAJE IN DELEŽA TEMELJNE DEJAVNOSTI DOM V SKUPINI GORENJE 2009-2015

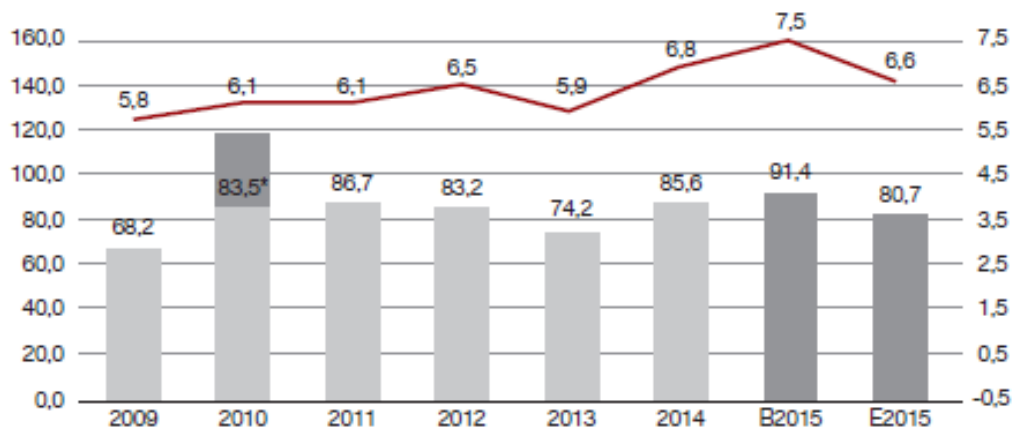
Sledimo strateškim usmeritvam 2014 – 2018.



Rast poslovanja Skupine Gorenje je temeljila na temeljni dejavnosti področja Dom.

RAZVOJ EBITDA IN EBITDA MARŽE SKUPINE GORENJE 2009-2015

Sledimo strateškim usmeritvam 2014 – 2018.



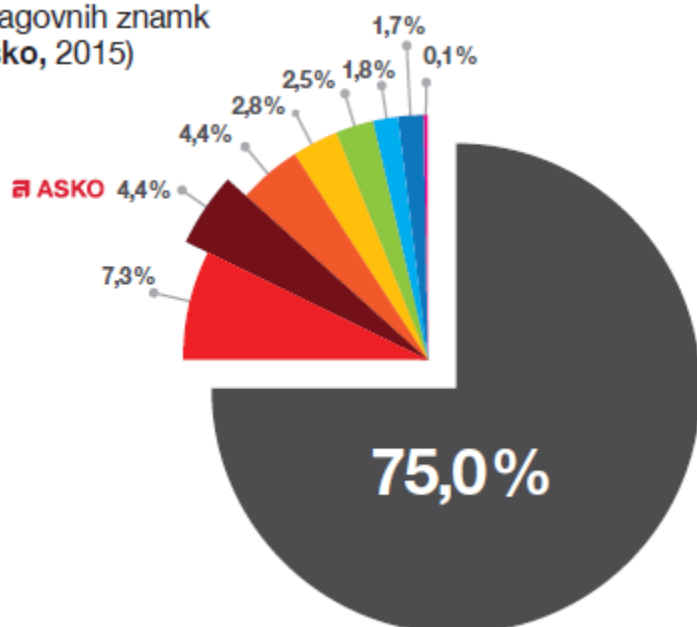
* Učinek odprave pripoznanega slabega imena - Asko



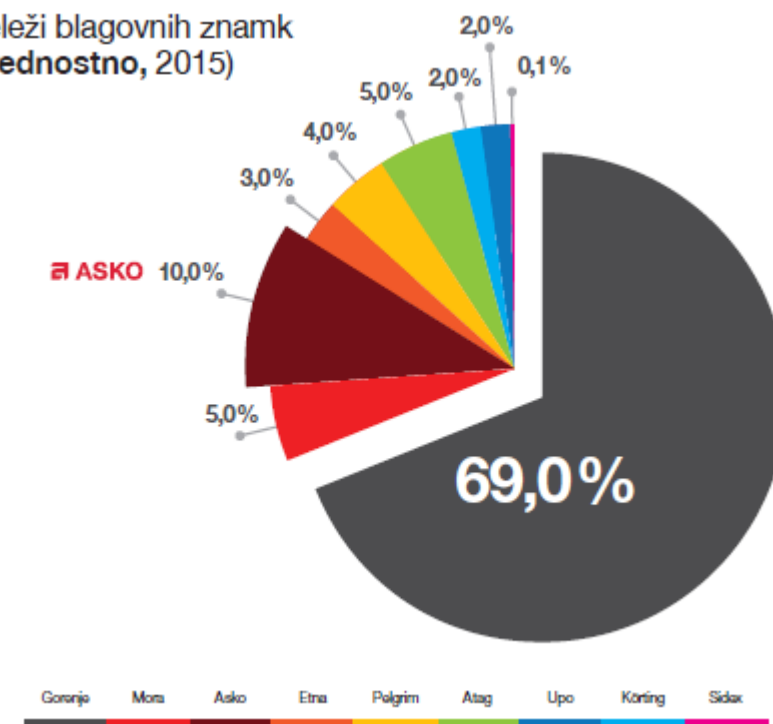
Stabilen razvoj EBITDA z možnostjo nadaljnje izboljšave.

STRUKTURA PRODAJE IZDELKOV POD LASTNIMI BLAGOVNIMI ZNAMKAMI v 2015

Deleži blagovnih znamk
(količinsko, 2015)



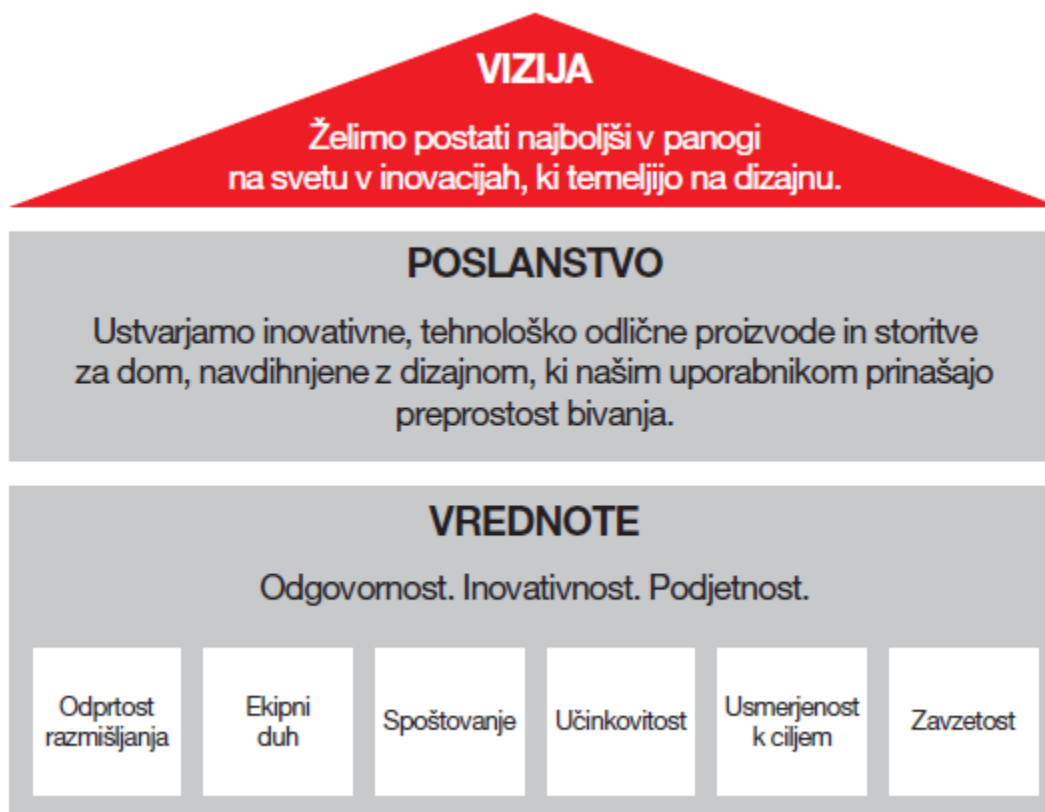
Deleži blagovnih znamk
(vrednostno, 2015)



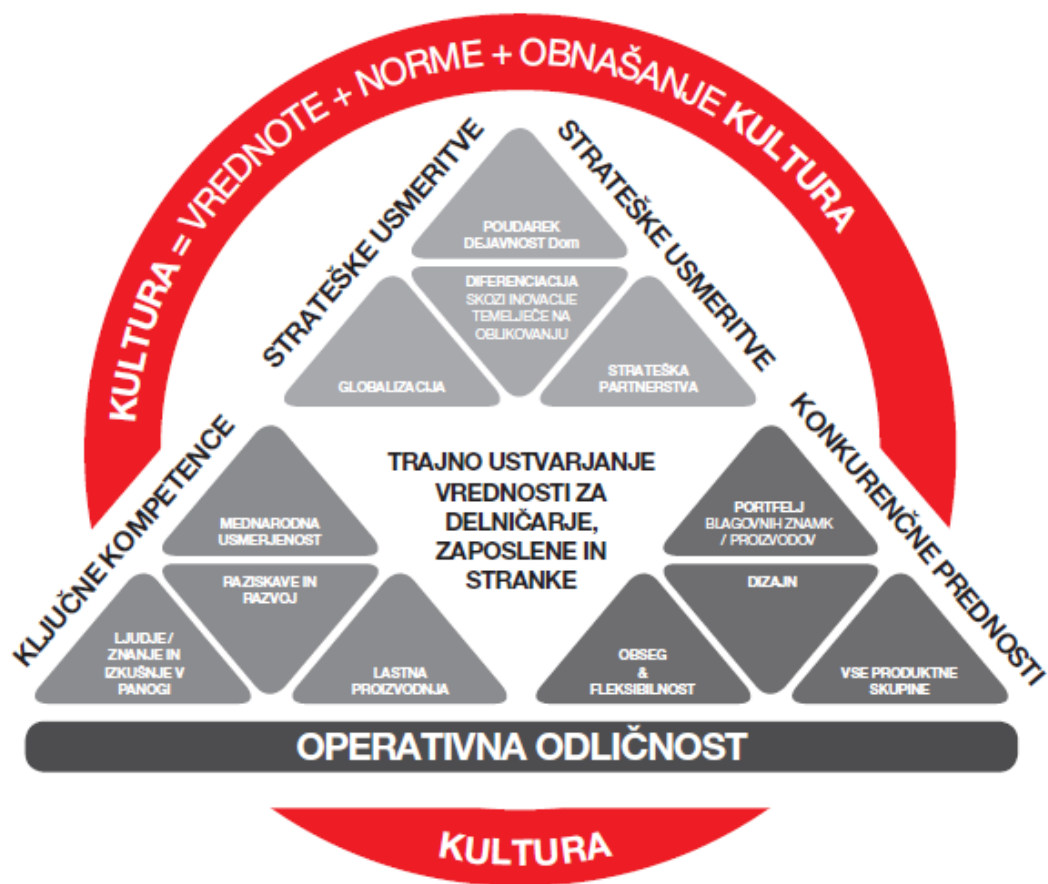
Gorenje Moma Asko Etna Polgrim Atag Upo Korting Sidak

Asko aparati predstavljajo samo **4 %** vseh **proizvedenih aparatov**. Vendar pa zaradi višjega cenovnega pozicioniranja predstavljajo Asko aparati **10 % naših prihodkov od prodaje**.

VIZIJA, POSLANSTVO, VREDNOTE



POSLOVNI MODEL IN POMEMBNOST KORPORACIJSKE KULTURE

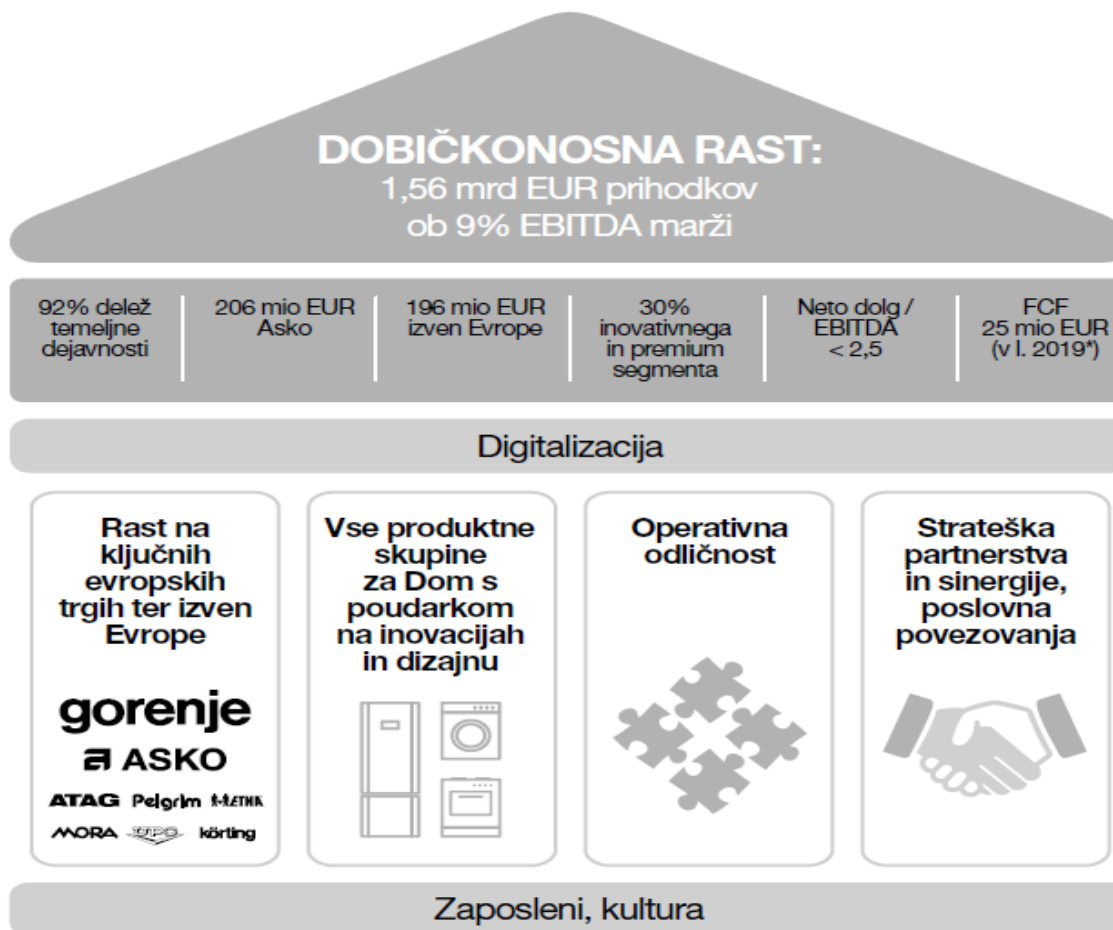


Odgovorni smo do ljudi, strank, partnerjev, zaposlenih, delničarjev, družbe in okolja. Spoštujemo predano učinkovitost in usmerjenost k ciljem.

Delujemo v duhu nenehnega izboljševanja. Zato podpiramo **inovativnost**, generiranje novih idej na vseh področjih, odprtost duha in spodbujamo **podjetniško razmišljanje**.

Ostajamo zavezani ključnemu cilju naše korporacije, to je trajno **ustvarjanje vrednosti** za lastnike, zaposlene, poslovne partnerje ter okolje.

STRATEŠKI CILJI 2020



*V letu 2020 je predviden negativni denarni tok zaradi načrtovane investicije v novo tovarno.

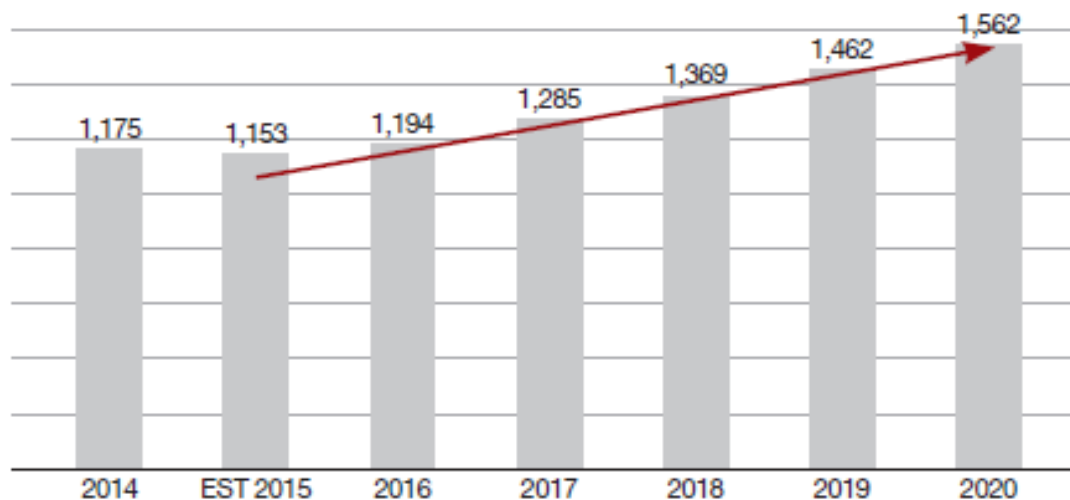
KORPORACIJSKI CILJI SKUPINE GORENJE 2020

Do leta 2020 prihodki od prodaje 1,562 mrd EUR; rast prihodkov od prodaje preko 35% (CAGR 2020/O2015: + 6,2 %).



Korporacijski cilj: 1,56 MILIJARDE EUR PRIHODKOV

Prihodki od prodaje Skupine Gorenje (brez dezinvestirane Ekologije) v milijardah EUR



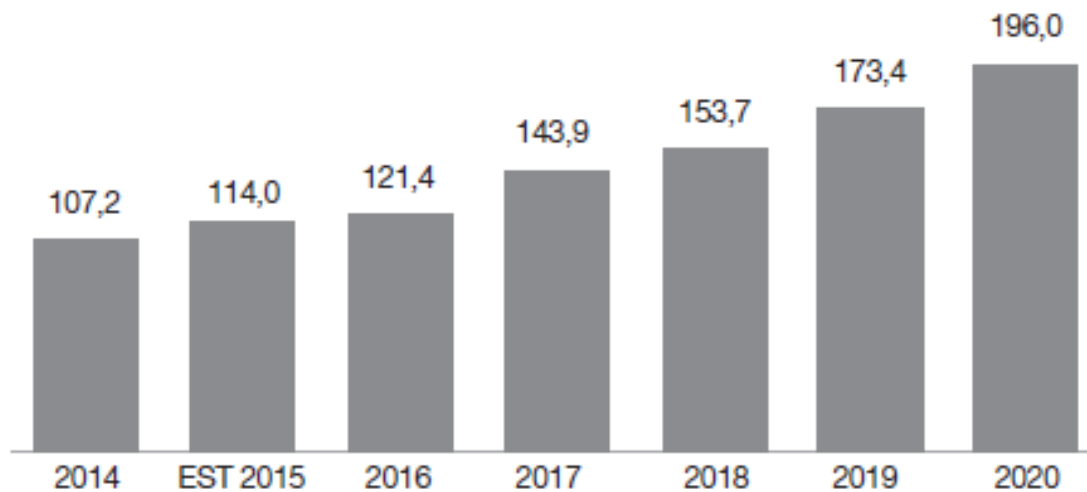
KORPORACIJSKI CILJI SKUPINE GORENJE 2020

Podvojitvev prihodkov v prekomorskih državah na 196 mio EUR; 14 % celotne prodaje področja Dom



Korporacijski cilj: **196 MIO EUR PRIHODKOV IZVEN EVROPE**

Prihodki od prodaje izven Evrope (mio EUR)



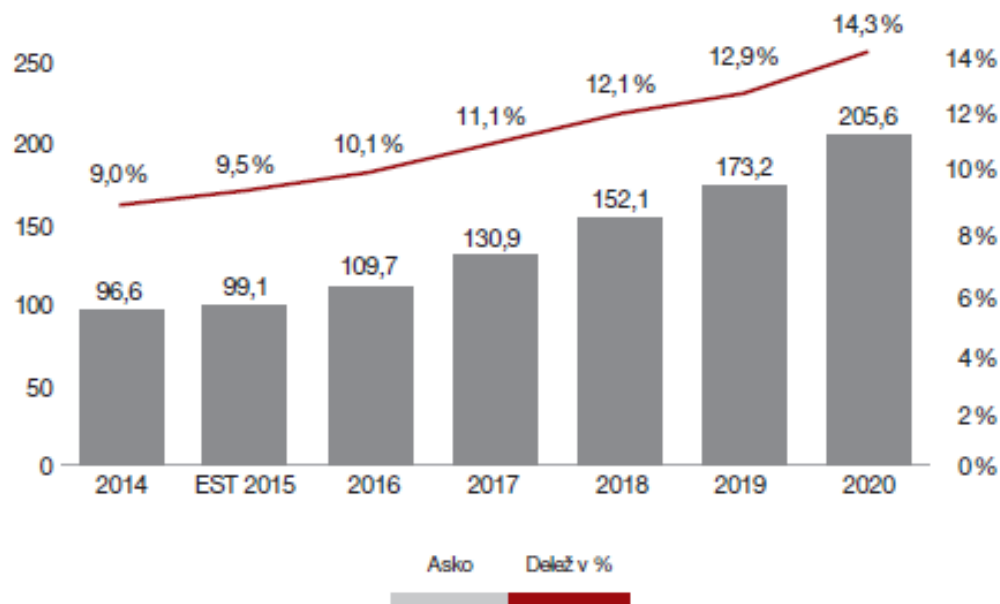
KORPORACIJSKI CILJI SKUPINE GORENJE 2020

Podvojitve prodaje izdelkov premijske blagovne znamke Asko



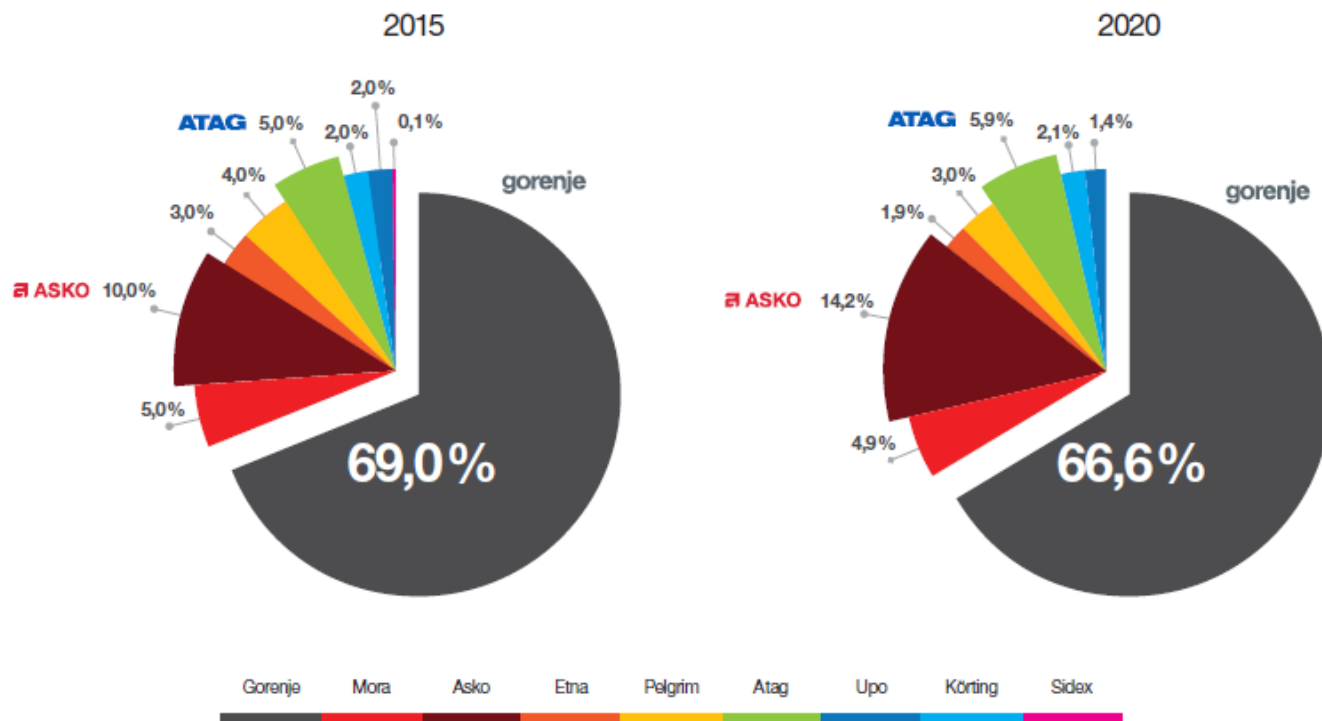
Korporacijski cilj: **206 MIO EUR PRIHODKOV ASKO**

Rast prihodkov (mio EUR) in rast deleža v dejavnosti Dom (%)



STRUKTURA PRODAJE IZDELKOV POD LASTNIMI BLAGOVNIMI ZNAMKAMI (VREDNOSTNO) – 2015 & 2020

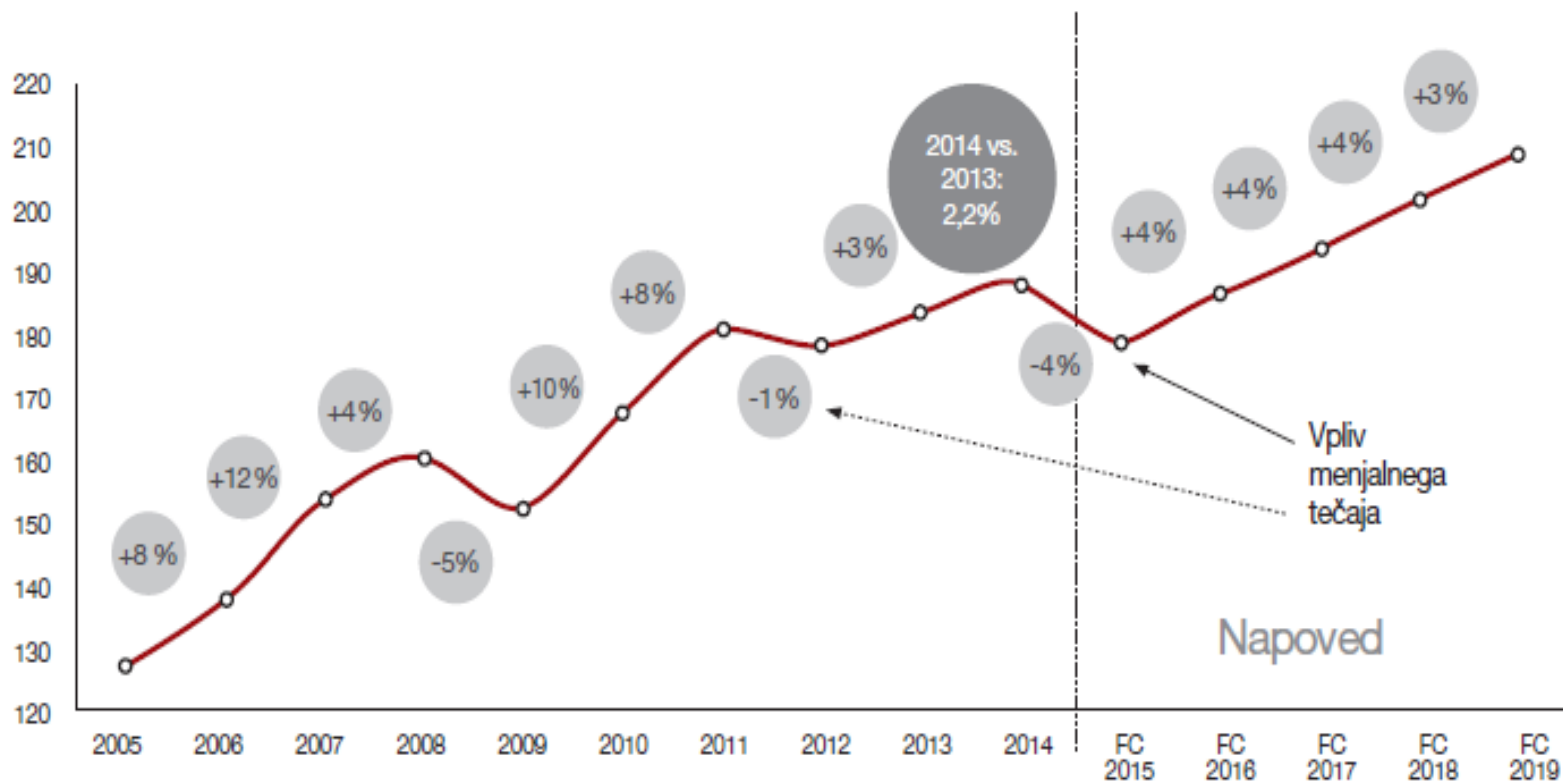
Podvojitev prodaje v inovativnem in premijskem segmentu na 30 % celotne prodaje



Asko aparati predstavljajo **10 % naših prihodkov od prodaje v 2015**, v **2020** bodo predstavljali **14,2 %** zaradi širitve izdelčnega portfolija, širitve na nove trge in krepitev položaja na obstoječih trgih.

NAPOVEDANA RAST TRGA GOSPODINJSKIH APARATOV

Evropski trg gospodinjskih aparatov je na poti okrevanja



TEMELJI ZA DOSEGO STRATEŠKEGA NAČRTA

- Imamo **znanje in izkušnje v panogi** gospodinjskih aparatov
- **Oblikovanje** je naša konkurenčna prednost
- Ponujamo **celovito paleto** gospodinjskih aparatov **v vseh cenovnih razredih**
- Imamo **lastne tovarne** (Made in Europe)
- Smo **mednarodno usmerjeni**

Osnovne značilnosti komercialnih zapisov (1)

Vrsta vrednostnega papirja:	Komercialni zapis, instrument denarnega trga, glasi se na ime, izdan kot nematerializiran vrednostni papir v centralnem registru pri KDD.
Status KZ:	KZ so nezavarovani in nepodrejeni in bodo glede vrstnega reda poplačila vsaj enakovredni (pari passu) vsem drugim obstoječim in bodočim nezavarovanim in nepodrejenim obveznostim izdajatelja.
Zavarovanje:	Brez dodatnega zavarovanja.
Skupna nominalna vrednost izdaje:	Predvidoma do 30 mio EUR , izdajatelj ima pravico do spremembe skupne vrednosti izdaje.
Način obrestovanja:	Dejansko / 360.
Izplačilo obresti in glavnice:	KZ ne nosi obresti, ob izdaji je vplačan z diskontom, ob zapadlosti se izplača nominalna vrednost KZ.

Osnovne značilnosti komercialnih zapisov (2)

Namen izdaje:

Razpršitev virov kratkoročnega financiranja, predvsem z namenom sezonskega financiranje poslovanja, skladno z medletno dinamiko gibanja denarnega toka ter optimizacija stroškov financiranja.

Medletna dinamika gibanja denarnega toka Skupine Gorenje iz poslovanja in naložbenja



Osnovne značilnosti komercialnih zapisov (3)

Predvidena obrestna mera:*	<p>Glede na trenutne tržne razmere indikativno OM ocenjujemo v razponu od 1,9% do 2,1% letno, kar na dan 14.1.2016 odraža naslednje tržne razmere:</p> <ul style="list-style-type: none">• DZM 10.11.2015 + 190 b.t. do 210 b.t. (primarni trg dne 10.11.2015)• SLOREP 1.750 09/10/17 + 190 b.t. do 210 b.t.• 1L IRS + 199 b.t. do 219 b.t.• SEB SA 03/06/2016 (n.a.) + 190 b.t. do 210 b.t.
Datum začetka obrestovanja:	3.2.2016.
Datum zapadlosti:	22.12.2016.
Nominalna vrednost lota:	1.000,00 EUR
Mesto trgovanja:	Ljubljanska borza.

Način prodaje komercialnih zapisov

Rok za oddajo zavezujočih ponudb:	29.1.2016.
Datum vplačila:	3.2.2016.
Minimalni vpis v prvi prodaji:	Predvidoma 10.000,00 EUR nominalne vrednosti.
Način prve prodaje:	Postopek javne ponudbe, za katero ni potrebno uporabiti pravil o objavi prospekta in drugih pravil v zvezi s ponudbo vrednostnih papirjev javnosti po 2. poglavju ZTFI.
Način izdaje:	Preko plavajočega računa za izdajo pri KDD.
Možnost nakupa v drugem krogu prodaje:	V času do datuma zapadlosti v znesku KZ, ki bodo na voljo po končanem prvem krogu prodaje. Prodajna cena bo dogovorjena med izdajateljem in kupcem glede na ročnost KZ in tržne razmere.
Možnost sklepanja reodkupnih pogodb z izdajateljem:	Sklepanje pogodb za nakup KZ, ki bodo na plavajočem računu, tako v prvem, kot v drugem krogu prodaje, z datumom povratnega odkupa, ki ne bo kasnejši od datuma zapadlosti KZ. Prodajna cena bo dogovorjena med izdajateljem in kupcem glede na ročnost KZ in tržne razmere.

Vpisovanje komercialnih zapisov

Vpisovanje komercialnih zapisov poteka pri NLB d.d., Poslovni sektor investicijskega bančništva in skrbniških storitev, Trg republike 2/XI, Ljubljana.

Za vsa morebitna vprašanja se zainteresirani vlagatelji lahko obrnijo na naslednje kontaktne osebe:

Karel Kač

Finančni svetovalec

T: 01 476 52 28

E: karel.kac@nlb.si

Marko Poljanc

Finančni svetovalec

T: 01 476 26 73

E: marko.poljanc@nlb.si

Brane Gregorec

Vodja poslovalnice

T: 01 476 51 04

E: brane.gregorec@nlb.si

**Hvala za
pozornost!**

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

Ta predstavitev vsebuje t. i. "forward-looking" napovedi in informacije – to so navedbe glede prihodnosti in ne preteklosti 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 besedami podobnega pomena. Te izjave vključujejo, med ostalim, finančne cilje krovne družbe Gorenje, d. d., in Skupine Gorenje za prihodnja obdobja, načrtovano poslovanje in 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 dejansko 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 niso nujno omejeni na naslednje: povpraševanje potrošnikov in tržni pogoji na geografskih območjih in v panogah, kjer deluje Skupina Gorenje, učinki nihanj valutnih tečajev, pritiski konkurence po zniževanju cen, pomembna izguba posla pri velikem trgovcu, možnost zamujanja kupcev s plačilom ali znižanje cen kot posledica nadaljnjih neugodnih tržnih pogojev v večji meri, kot jo trenutno pričakuje uprava Gorenja, uspešnost razvoja novih izdelkov ter njihove uvedbe na trg, razvoj odgovornosti proizvajalca za izdelek, potek doseganja operativnih in kapitalnih ciljev učinkovitosti, uspešnost v določanju rasti priložnosti in prevzemnih kandidatov ter integracija teh priložnosti z obstoječim poslovanjem, nadaljnja volatilnost in nadaljnje poslabšanje trgov kapitala, napredek v doseganju strukturnih in nabavnih reorganizacijskih ciljev. V primeru, da se eden ali več tveganj oziroma negotovosti materializira 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 dopušča kakršnokoli posodobitev ali revidiranje teh napovedi v luči razvoja, ki se razlikuje od pričakovanega.

Razkritje

Dokument je bil pripravljen izključno za prikaz splošnih informacij o družbi Gorenje gospodinjski aparati, d.d., Partizanska cesta 12, 3320 Velenje, Slovenija (»družba« ali »Gorenje«) in komercialnih zapisov, ki jih ta namerava izdati, ter za boljše razumevanje finančnih instrumentov in delovanja trga kapitala in ni namenjen točno določenemu vlagatelju.

Prav tako dokument ne pomeni ponudbe oziroma povabila k ponudbi za nakup ali prodajo obravnavanih finančnih instrumentov. Morebitna mnenja v dokumentu prav tako niso namenjena osebnemu investicijskemu svetovanju, saj ne upoštevajo investicijskih ciljev, finančnih razmer, znanja in izkušenj posameznih vlagateljev ter posebnih potreb osebe, ki se je kakor koli seznanila z delom ali celotno vsebino tega dokumenta. Glede podatkov, ki se nanašajo na preteklo uspešnost posameznega finančnega instrumenta, velja opozorilo, da pretekla uspešnost ni zanesljiv pokazatelj rezultatov v prihodnosti. Vlaganje v finančne instrumente je povezano tudi s tveganjem.

Dokument se skladno s 378. členom Zakona o trgu finančnih instrumentov (Uradni list RS, št. 108/10 – ZTFI-UPB3, 78/11, 55/12, 105/12 – ZBan-1J in 63/13 - ZS-K; »ZTFI«) ne šteje za investicijsko raziskavo niti za naložbeno priporočilo, saj ne vsebuje priporočila oziroma ne predlaga naložbene strategije glede enega ali več finančnih instrumentov enega ali več izdajateljev, niti mnenja o sedanji ali prihodnji vrednosti ali ceni teh finančnih instrumentov.

Informacije iz tega dokumenta so bile pridobljene iz virov, za katere avtorji verjamejo, da so verodostojni, vendar ne zagotavljajo njihove natančnosti in popolnosti. Informacije ne predstavljajo notranjih informacij po določilih ZTFI.

Gorenje in NLB ne odgovarjata za nobeno vrsto škode ali izgube, ki bi nastala z uporabo informacij, vsebovanih v tem dokumentu, predvsem odločitev in dejanj, ki bi temeljila na teh informacijah. Kot prejemnik tega dokumenta boste izključno sami odgovorni za uporabo informacij ter rezultate, ki bi izhajali iz takšne uporabe informacij. Prav tako je dolžnost preverjanja informacij, pridobljenih s tem dokumentom, na vaši strani. Gorenje in NLB tega dokumenta nista dolžni posodabljati, popravljati ali spreminjati.

Ta dokument je po zakonih Republike Slovenije v sodelovanju z Gorenjem pripravila Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana, Trg republike 2, 1520 Ljubljana, matična številka 5860571000 (»NLB«), ki je finančni svetovalec Gorenja, v zvezi z nameravano izdajo komercialnih zapisov družbe in ima iz tega naslova lahko finančni interes. NLB nima pooblastil za dajanje zagotovil ali jamstev v imenu družbe.

Pravne osebe, odgovorne za izdelavo oz. posredovanje dokumenta, sta Gorenje in NLB. Nadzorni organ družbe NLB je Agencija za trg vrednostnih papirjev, Poljanski nasip 6, Ljubljana in Banka Slovenije, Slovenska 35, 1505 Ljubljana.

Predstavljeni dokument ne more biti predmet reprodukcije, distribucije ali objave (delne niti celotne) s strani katerekoli osebe, zaradi kakršnegakoli razloga in na kakršenkoli način brez predhodnega pisnega dovoljenja NLB. Kršitev navedenih omejitev lahko privede do kršiteljeve civilne ali kazenske odgovornosti do družbe NLB.

NLB in z njo povezane osebe so lahko imetnice finančnih instrumentov družbe ali z njo povezanih oseb.

Opis storitev, splošni pogoji poslovanja in cenik storitev NLB so dostopni na spletni strani <http://www.nlb.si/podjetniske-finance>.