

KOMENTAR UPRAVE O POSLOVANJU SKUPINE GORENJE V DRUGEM ČETRTLETJU IN  
POGLED V DRUGO POLOVICO LETA 2016

## Prodaja in dobiček še naprej rasteta

Krepimo prodajo inovativnih in premijskih izdelkov, ki prinašajo večjo dobičkonosnost in jih bomo v začetku septembra predstavili na največjem sejmu v panogi IFA v Berlinu. Letos že skoraj 500 novih zaposlitev v Sloveniji.

**Velenje, 23. avgust 2016** – Skupina Gorenje je tudi v drugem četrletju nadaljevala z dobrim poslovanjem. Tako smo v prvem polletju 2016 ustvarili 581,3 milijona evrov prihodkov od prodaje in ga zaključili s 16,7 milijona evrov dobička iz poslovanja (EBIT) ter 2,1 milijona evrov čistega dobička. Obdobje so pozitivno zaznamovale nadaljnja rast prodaje velikih in malih gospodinjskih aparatov, ugodna geografska struktura prodaje ter krepitev prodaje in tržnih deležev premijskih in inovativnih aparatov vseh produktnih skupin. Z izločitvijo vpliva sprememb valutnih tečajev je naša temeljna dejavnost beležila 8-odstotno organsko rast prihodkov od prodaje glede na prvo polletje 2015.

### V drugem četrletju 2016 smo ustvarili skoraj 59 odstotkov več dobička iz poslovanja kot v primerljivem obdobju lani

Skupina Gorenje je v drugem četrletju 2016 ustvarila 295,8 milijona evrov prihodkov od prodaje, kar je za 2,1 odstotka več kot v drugem četrletju 2015. Dobitek iz poslovanja (EBIT) je znašal 9,9 milijona evrov, kar predstavlja 58,7-odstotno rast glede na primerljivo obdobje lanskega leta. EBIT marža se je zvišala na 3,4 odstotka.

Neto finančni dolg v višini 411,4 milijona evrov je primerljiv z ravni iz leta 2015. Predvsem zaradi boljše dobičkonosnosti pa smo v primerjavi s prvim polletjem 2015 izboljšali razmerje med čistim finančnim dolgom in EBITDA za 0,6.

### Rast prihodkov od prodaje temeljne dejavnosti

V prvem polletju 2016 smo pri prodaji gospodinjskih aparatov beležili 10,6-odstotno rast v Vzhodni Evropi (Slovenija, Madžarska, Slovaška, Češka, Romunija, Bolgarija, Hrvaška, Črna Gora in Makedonija), v Rusiji in Ukrajini pa več kot 25-odstotno. Okrepili smo tudi tržne

deleža blagovnih znakov Skupine, še posebej znatno v regiji CIS, kjer smo delež povečali za 0,8 o.t., na 4,8 odstotka vrednostno.

V Zahodni Evropi smo dosegli več kot 5-odstotno rast prodaje na dobičkonosnih trgih Beneluxa, predvsem na Nizozemskem. V Nemčiji in Veliki Britaniji smo povečali obseg prodaje glede na primerljivo obdobje lanskega leta. Nižjo prodajo pod blagovno znamko Gorenje še vedno beležimo v Skandinaviji in v Franciji.

S prodajo zunaj Evrope znižujemo odvisnost od evropskih trgov ter izboljšujemo prodajno strukturo, saj povečujemo delež premijskih aparatov in premijske blagovne znamke Asko. V prvi polovici leta je sicer obseg prodaje na prekomorskih trgih nekoliko padel. Poleg vpliva spremembe valutnih tečajev je na nižjo prodajo vplivala še spremenjena dinamika odjema industrijskih partnerjev ter nižja prodaja na trgih Bližnjega in Daljnega vzhoda (predvsem v Saudovi Arabiji). Ob izločitvi vpliva spremembe valutnih tečajev bi na teh trgih dosegli 1,3-odstotno organsko rast.

#### **V Evropi krepimo tržne deleže**

Blagovne znamke Skupine Gorenje so v prvi polovici leta na 28 trgih EU povečale tržni delež za 7 odstotkov oz. 0,2 odstotni točki. Rast smo beležili pri vseh ključnih produktnih skupinah, hkrati pa ohranjali stabilen cenovni indeks. Količinsko dosegamo 3-odstotni tržni delež.

#### **Inovativni in premijski aparati predstavljajo že več kot četrtno prodaje**

Z rastjo prihodkov od prodaje izdelkov pod blagovno znamko Asko smo krepili prodajo premijskega segmenta, ki predstavlja 10,3-odstotni delež. Višjo prodajo pod blagovno znamko Asko smo dosegli na trgih Skandinavije, Francije, Amerike, Rusije in Azije. Za 20,5 odstotka smo povečali prodajo inovativnih aparatov in za več kot 7 odstotkov prodajo premijskih aparatov, tako da skupni delež obeh segmentov v strukturi prodaje predstavlja že 25,4 odstotka.

#### **Stroške smo prilagajali obsegu prodaje**

K uspešnosti poslovanju v prvi polovici leta je pomembno prispevalo tudi dobro obvladovanje stroškov in valutnih tveganj. Stroške materiala in surovin smo uspešno prilagajali obsegu prodaje in proizvodnje. Pomembne prihranke smo ustvarili z optimiziranjem oskrbne verige in logistike ter zmanjšanim obsegom garancijskih posegov zaradi boljše kakovosti aparatov. V skladu s strateškim ciljem smo povečali vlaganja v razvoj izdelkov in marketing. Skupne izdatke za obe področji smo v prvem polletju povečali za 3,4 milijona evrov. Pomembno pa je, da so stroški storitev in dela so rastle počasneje kot prihodki.

#### **Optimistične prodajne napovedi za drugo polovico leta**

Razmere na trgih v začetku druge polovice 2016 so stabilne, kar se odraža tudi v povečanem obsegu naročil. Zaradi s tem povezanega povečanja obsega dela v proizvodnji na lokaciji v

Velenju nameravamo s 1. septembrom zaposliti več kot 250 delavcev. V letošnjem letu to pomeni skupno že približno 500 novih zaposlitev v Sloveniji.

V začetku septembra bomo na največjem sejmu zabavne elektronike in gospodinjskih aparatov IFA v Berlinu predstavili najnovejše aparate blagovnih znamk Gorenje in Asko, ki jih odlikujejo pametna tehnologija in preišljen dizajn.

Z namenom zniževanja zadolženosti bomo nadaljevali z ustvarjanjem denarnega toka in s skrbnim obvladovanjem obratnih sredstev. Za zagotavljanje konkurenčnosti in vrednosti za deležnike pa bomo še naprej izvajali aktivnosti, ki spodbujajo nadaljnjo rast prodaje in izboljševanje prodajne strukture, to pa so predvsem razvoj novih izdelkov in storitev za kupce in uporabnike, optimiziranje oskrbne verige in kompleksnosti ter skrbno načrtovanje.

Na podlagi trenutnih tržnih razmer in prodajnih napovedi ocenjujemo, da bomo dosegli ključne elemente poslovnega načrta za leto 2016.