

KOMENTAR UPRAVE O POSLOVANJU SKUPINE GORENJE V DRUGEM ČETRTLETJU IN
POGLED V DRUGO POLOVICO LETA 2017

Skupina Gorenje prvo polletje sklenila uspešno, še naprej povečujemo prihodke in dobiček

Za Skupino Gorenje uspešna prva polovica leta, večji prihodki od prodaje in čisti dobiček. Povečujemo delež dobičkonosnih inovativnih in premijskih izdelkov ter vlaganja v razvoj. Letos okrog 300 novih zaposlitev. Tretje četrletje bo zahtevno, največ prodaje pa pričakujemo v zadnjem četrletju.

Velenje, 25. avgust 2017 – Skupina Gorenje nadaljuje z uspešnim poslovanjem, saj smo v letošnjem prvem polletju ustvarili 623,9 milijona evrov prihodkov od prodaje, kar je 7,3 odstotka več kot v prvem polletju lani. Primerljivi dobiček iz poslovanja pred amortizacijo (EBITDA) smo v primerjavi z lanskim prvim polletjem povečali za dobrih 12 odstotkov na 40,6 milijona evrov. Skupina je tako v primerjavi z enakim obdobjem lani več kot podvojila polletni čisti dobiček, ki znaša 4,4 milijona evrov. Povečali smo prodajo velikih in malih gospodinjskih aparatov ter premijskih aparatov, izboljšali geografsko strukturo prodaje in poleg temeljne dejavnosti gospodinjskih aparatov povečali prihodke tudi v ostalih dejavnostih.

V drugem četrletju 2017 rast prihodkov od prodaje in EBITDA

Skupina Gorenje je v drugem četrletju 2017 ustvarila 318,2 milijona evrov prihodkov od prodaje, kar je za 7,6 odstotka več kot v drugem četrletju 2016. Dobiček iz poslovanja pred amortizacijo (EBITDA) je bil primerljivo za 2,1 odstotka višji in je znašal 20 milijonov evrov. Ob nekoliko nižjem primerljivem dobičku iz poslovanja (EBIT) kot posledici povečanja stroškov razvijanja novih izdelkov ter pospešenega investicijskega cikla v minulem obdobju, smo ohranili razmerje med čistim finančnim dolgom in EBITDA na ravni lanskega drugega četrletja (4,7).

Dobro smo obvladovali tudi stroške materiala in surovin ter logistike, čeprav so se materiali zaradi gibanja na trgih v drugem četrletju 2017 začeli dražiti.

Z dobro izdelčno strukturo, premijskimi znamkami in obvladovanjem stroškov uspešni tudi zunaj Evrope

V Skupini Gorenje smo s povečano in strukturno ugodno prodajo gospodinjskih aparatov v prvem polletju 2017 ustvarili 7,3-odstotno rast prihodkov. Pomembno je na rezultat vplivalo tudi dobro obvladovanje cen materialov in logistike. Uspešno smo poslovali tudi v okviru ostalih dejavnosti, kjer smo ustvarili 31-odstotno rast prihodkov.

Največje rasti prodaje smo dosegli na trgih zunaj Evrope (skoraj 30-odstotna rast), v Zahodni Evropi na trgih Beneluksa ter na trgih Vzhodne Evrope. V prvem polletju 2017 smo povečali prodajo predvsem v Severni Ameriki, Avstraliji, na Bližnjem in Daljnem vzhodu, Kavkazu ter v Aziji, s čimer znižujemo odvisnost od evropskih trgov ter izboljšujemo prodajno strukturo tudi s povečevanjem deleža premijskih aparatov in blagovnih znamk.

Krepili smo prodajo premijskih blagovnih znamk Asko (14,4-odstotna rast) in Atag ter aparatov znamk Pelgrim in Etna. Pri premijskih aparatih smo tako povečali prihodke od prodaje za dobrih 11 odstotkov, prav toliko tudi pri inovativnih aparatih. V strukturi prihodkov od prodaje velikih gospodinjskih aparatov se je delež inovativnih aparatov s tem povečal na 21,6 odstotka, premijski aparati pa predstavljajo že skoraj 30 odstotkov. Rast smo beležili tudi pri blagovni znamki Gorenje. Za več kot petino smo povečali prihodke od prodaje pomivalnih aparatov ter za skoraj 28 odstotkov prodajo malih gospodinjskih aparatov.

Največ smo vlagali v razvoj

V skladu s strateškim ciljem smo v razvoj izdelkov vložili 3 odstotke prihodkov od prodaje dejavnosti Gospodinjski aparati in 2,5 odstotka prihodkov od prodaje Skupine. Investicijska vlaganja so v prvem polletju 2017 znašala 30,7 milijona evrov, največji del je bil namenjen za razvoj novih izdelkov.

Letos bomo sklenili cikel visokih investicij in v prihodnjih letih bosta ravni naložb v osnovna sredstva ter amortizacije usklajeni.

Med ključnimi razvojnimi novostmi prvega polletja 2017 so novi vgradni hladilno-zamrzovalni aparati za blagovni znamki Gorenje in Pelgrim, novi samostojni štedilniki za blagovno znamko Gorenje, hladilnik Gorenje Retro Special Edition, zasnovan v sodelovanju s Volkswagnom ter prenovljena dizajnska linija aparatov Gorenje Ora Ito 2. 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 odlikuje pametna tehnologija in preišljen dizajn.

Sprememba organiziranosti Skupine Gorenje

Po uspešnem prvem letu novega Strateškega načrta smo udejanjanje strategije še pospešili z uvedbo nove organizacijske strukture, ki namesto organizacije po poslovnih funkcijah prinaša organiziranost po poslovnih področjih. Hkrati spodbuja še večjo podjetnost v poslovanju in temelji na jasni odgovornosti nosilcev za doseganje zastavljenih ciljev. Skupina Gorenje je tako po novem organizirana v dve poslovni področji: Gospodinjski aparati (temeljna dejavnost) ter Ostale dejavnosti (ogrevalni sistemi, kuhinjsko pohišstvo in kopalnice ter keramika, ekologija, trgovina in industrijske storitve). Tretje področje so Podporne funkcije, ki podpirajo Skupino kot celoto.

V Skupini Gorenje smo imeli v prvi polovici leta povprečno 11.021 zaposlenih, kar je v povprečju 384 več kot v prvem polletju lani.

Tudi v drugi polovici leta ukrepi za doseganje načrtovanih poslovnih ciljev

Kljub uspešni prvi polovici leta naši ključni izzivi za drugo polovico leta 2017 ostajajo zagotavljanje načrtovane prodaje, predvsem na zelo konkurenčnih trgih Zahodne Evrope, stroškovna učinkovitost zaradi rastočih stroškov ključnih surovin in komponent, pritiski na stroške dela ter izboljšanje učinkovitosti upravljanja z zalogami, za ustrezno razdolžitev do konca poslovnega leta. Še posebej zahtevno bo tretje četrletje, zaradi dveh poletnih mesecev, ko je potrošnja nižja. Največ prodaje pa kot običajno načrtujemo za zadnje četrletje.

Tudi v drugi polovici leta bomo izvajali številne ukrepe za omejitev omenjenih negativnih dejavnikov in s tem doseganje načrtovanih poslovnih rezultatov Skupine Gorenje v letu 2017 v vseh ključnih vidikih. Udejanjali bomo ključne strateške usmeritve Skupine Gorenje, ki pomenijo rast prodaje premijskih izdelkov in blagovnih znamk, krepitev prodaje na zunajevropskih trgih ter usmeritev v dizajn, inovativnost ter digitalne rešitve za zadovoljevanje potreb končnih uporabnikov. Nadaljevali bomo aktivnosti digitalne transformacije v skladu s sprejeto digitalno poslovno strategijo Skupine Gorenje ter se še naprej osredotočali na dejavnost Gospodinjskih aparatov kot temeljno dejavnost Skupine, s pregledom možnosti odprodaje Ostalih dejavnosti ter sredstev. Hkrati bomo skrbeli za dobičkonosno rast podjetja, za rast tržnih deležev ter za izboljševanje cenovne pozicije njegovih blagovnih znamk. Zaradi pritiskov na stroške materialov in dela pa bomo še intenzivneje nadaljevali s stroškovno racionalizacijo na vseh ravneh poslovanja.