



SHP SLAVOŠOVCE, a. s., 049 36 Slavošovce 298

VÝROČNÁ SPRÁVA

za rok 2016

Slavošovce, január 2017

Obsah:

Úvod

1. Základné údaje a orgány akciovej spoločnosti
 1. 1 Identifikačné údaje
 1. 2 Zloženie orgánov spoločnosti
2. Hospodárenie spoločnosti
 2. 1 Predaj
 2. 2 Marketing, stratégia a značky
 2. 3 Riadenie dodávateľského reťazca
 2. 4 Výroba a investície
 2. 5 Životné prostredie
 2. 6 Ľudské zdroje
 2. 7 Doplňujúce informácie k účtovnej závierke
3. Účtovná závierka spoločnosti za rok 2016

Vážený akcionár,

Vážení zamestnanci,

Vážení čitatelia výročnej správy,

Dovoľte mi poohliadnuť sa za uplynulým rokom a zbilancovať. Rok 2016 sa niesol v pokračovaní implementácie zmien vo fungovaní spoločnosti a celej skupiny SHP.

V nadväznosti na víziu skupiny SHP sme začiatkom roka prijali stratégiu skupiny SHP do roku 2020 založenú na 4 pilieroch: Rozvoj značiek, Udržateľný Rast, Posilňovanie nákladovej pozície a Budovanie pozície preferovaného zamestnávateľa.

Rastúci dopyt po hygienických výrobkoch sme pokryli medziročným navýšením výroby takmer o 23% a dosiahli sme predaj v objeme našich výrobkov takmer 11 tisíc ton. Rast dopytu bol cielený na kľúčové trhy a bol sprevádzaný nárastom profitability.

V roku 2016 sme implementovali prvú etapu optimalizácie produktového portfólia, keď sme eliminovali takmer 42% položiek, ktoré nevykazovali dostatočnú výkonnosť. Okrem redukcie komplexity portfólia sme urobili opatrenia na posilnenie predaja vybraných predajných kanálov.

Pripravili sme a uskutočnili viaceré zmeny na úrovni vrcholového a stredného manažmentu s cieľom posilniť tím a budovať silnú skupinu založenú na spoločne zdieľaných hodnotách. Urobili sme prvé kroky pre zviditeľnenie hodnôt skupiny a ich pevné zakorenenie v živote spoločnosti. Tiež sa nám podarilo zaviesť zmeny v odmeňovaní systéme pre našich zamestnancov.

V oblasti riadenia nákladov sme sa zamerali na lepšie riadenie dodávateľského reťazca, čo prinieslo prvé výsledky v oblasti surovín. Vývoj na trhoch so vstupnými surovinami zaznamenal od druhého kvartálu 2016 pokles cien buničiny takmer na úroveň cien z roku 2014, čo pozitívne ovplyvnilo plnenie plánovaných výsledkov.

Veríme, že rozbehnuté iniciatívy sú robustným základom pre ďalší rast výkonnosti spoločnosti, čo prinesie pridanú hodnotu akcionárom, zamestnancom a obchodným partnerom.

Ing. Richard Žigmond, M.B.A.

Generálny riaditeľ a člen predstavenstva SHP Slavošovce

1. Základné údaje

1.1. Identifikačné údaje

Akciová spoločnosť SHP SLAVOŠOVCE vznikla odčlenením výrobného závodu od SCP a.s. Ružomberok v roku 2000. Je založená na dlhodobej histórii výroby a spracovania papiera, ktorá siaha na začiatok 19. storočia.

Hlavným predmetom činnosti spoločnosti je výroba hygienického papiera a hygienických výrobkov, ktorá sa vyprofilovala počas reštrukturalizácie bývalých Slavošovských papierní v roku 1996 až 2000.

V obchodnom registri Okresného súdu Košice I, oddiel Sa, vložka číslo 1140/V sú zapísané nasledovné identifikačné údaje:

Obchodné meno: SHP SLAVOŠOVCE, a.s.

Sídlo: 049 36 Slavošovce 298

IČO: 36 200 166

Deň zápisu: 10.08.2000

Právna forma: akciová spoločnosť

Predmet podnikania:

1. obchodná činnosť - veľkoobchod a maloobchod so strojmi, zariadeniami a príslušenstvom, s papierenským tovarom a buničinami, s drevom, stavebným a sanitárnym materiálom, železiarskym tovarom, inštalatérskym a kúrenárskym materiálom, elektrickými strojmi, a prístrojmi, elektrickými prístrojmi pre domácnosť vrátane TV a rozhlasových prístrojov, ovocím, zemiakmi, obilím, osivami a krmovinami
2. výroba vláknu a tovaru z papiera a lepenky
3. výroba vlnitých papierov a lepenky a baliacích materiálov z papiera a lepenky
4. výroba drevených obalov
5. montáž a opravy meracej a regulačnej techniky
6. oprava a údržba motorových vozidiel
7. činnosti v oblasti nehnuteľností vrátane bytového hospodárstva
8. spracovanie dát a súvisiacej činnosti vzťahujúce sa k počítaču
9. vzdelávanie a mimoškolská výchova v predmete podnikania
10. odvod odpadových vôd
11. výroba domácich potrieb, hygienických a toaletných výrobkov z papiera
12. výroba kancelárskych a školských potrieb z papiera
13. vedľajšia a pomocná činnosť v doprave, sprostredkovanie dopravy
14. prenájom motorových a poľnohospodárskych vozidiel a príslušenstva
15. prekladanie nákladov, skladovanie
16. staviteľ - vykonávanie jednoduchých stavieb a poddodávok
17. čistiace a iné prevádzkové služby pre mesto
18. výroba priemyselných hnojív a kompostov
19. demolácie a zemné práce
20. zámočníctvo
21. elektroinštalácie
22. laboratórne činnosti v predmete podnikania
23. prenájom strojov a prístrojov
24. sprostredkovanie obchodu a služieb v predmete podnikania
25. prenájom stavebných strojov a zariadení
26. poradenská činnosť v oblastiach súvisiacich s predmetom činnosti a s výrobou celulózy, papiera a spracovanie papiera
27. udržiavanie a čistenie miestnych a verejných komunikácií
28. výroba a predaj stlačeného vzduchu
29. reklamná a propagačná činnosť

- 30. výroba a rozvod pitnej a úžitkovej vody
- 31. technik požiarnej ochrany
- 32. výroba papiera a lepenky
- 33. prevádzkovanie dráhy a dopravy na dráhe
- 34. rozvod elektriny a tepla
- 35. prevádzkovanie vlastnej ochrany
- 36. podnikanie v oblasti nakladania s odpadmi
- 37. výroba tepla, rozvod elektriny, rozvod tepla

Základné imanie: 9 972 228 €

Akcie: 30 kmeňových akcií na meno, listinných v menovitej hodnote 331 940 €
 4 kmeňové akcie na meno, listinné v menovitej hodnote 3 320 €
 22 kmeňových akcií na meno, listinných v menovitej hodnote 34 €

Akcionár: ECO-INVESTMENT, spol. s r. o., Obchodná 6, 811 06 Bratislava
 Jeho podiel na základnom imaní a hlasovacích právach je 100%.

1.2. Zloženie orgánov spoločnosti

Vrcholnými orgánmi spoločnosti sú valné zhromaždenie, predstavenstvo a dozorná rada.

Valné zhromaždenie

Je najvyšším orgánom spoločnosti. Skladá sa zo všetkých na ňom prítomných akcionárov. Koná sa najmenej raz za rok a zvoláva ho predstavenstvo v súlade so stanovami spoločnosti.

Predstavenstvo

Štatutárnym orgánom spoločnosti je predstavenstvo, ktoré riadi činnosť spoločnosti a je oprávnené konať v mene spoločnosti vo všetkých oblastiach, zastupuje spoločnosť voči tretím osobám. Predstavenstvo je povinné riadiť sa rozhodnutiami a vykonávať rozhodnutia valného zhromaždenia.

Zloženie predstavenstva v roku 2016:

Funkcia	Predstavenstvo
Predseda	Ing. Richard Žigmund, M.B.A.
Členovia	Ing. Róbert Staroň Ing. Jozef Horák

Dozorná rada

Je najvyšším kontrolným orgánom spoločnosti. Dohliada na výkon pôsobnosti predstavenstva a uskutočňovanie podnikateľskej činnosti spoločnosti.

Zloženie dozornej rady:

Predseda	Ing. Milan Fiľo
Členovia	Ing. Miroslav Vajs Janka Genderová

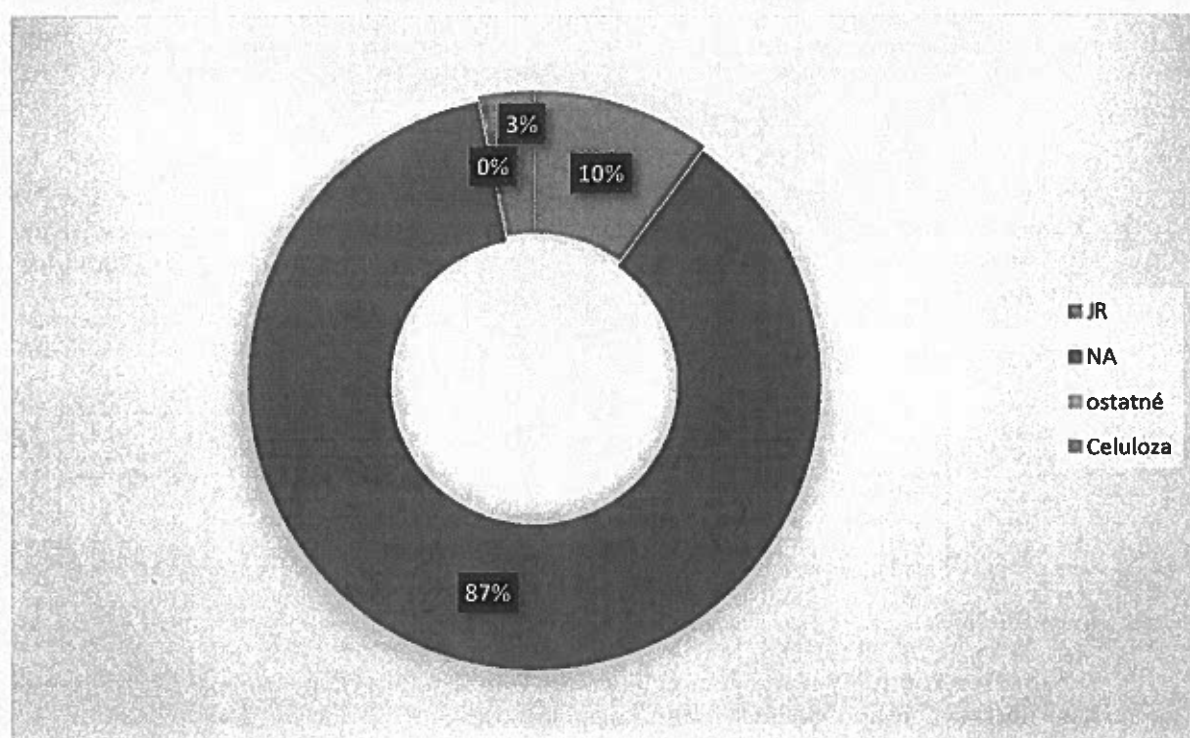
SHP Slavošovce, akciová spoločnosť je samostatnou právnickou jednotkou. Patrí do skupiny spoločností SHP GROUP, medzi ktorými existuje úzka spolupráca na základe zmlúv a dodávateľsko - odberateľských vzťahov. Skupina SHP GROUP patrí k najväčším producentom hygienických papierov v strednej a juhovýchodnej Európe.

2. Hospodárenie spoločnosti

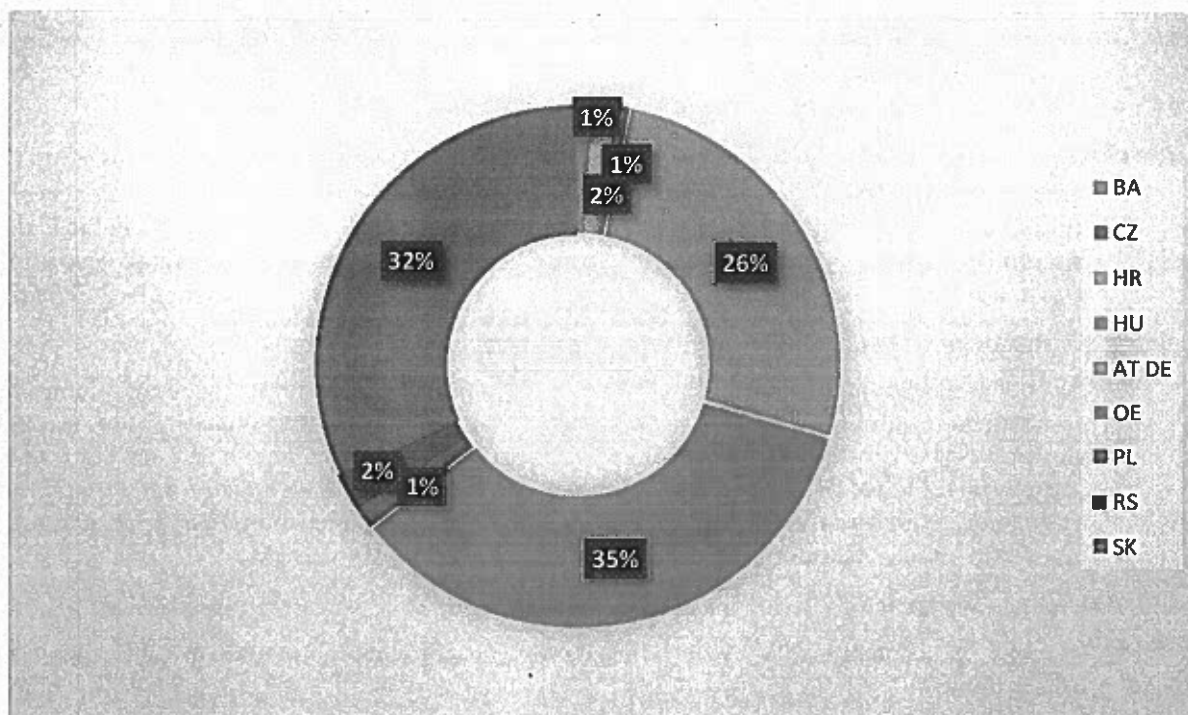
2.1. Predaj

Plánované predaje spoločnosť prekročila v objeme o 6 % (+639 ton). V značkových produktoch, ktoré tvorili len niečo cez 11 % celkového predaného objemu, nám k 100 % chýbali len 4 tony. Výrazne k tomu prispel zákazník DeJong (+148 ton), ktorý distribuuje do retailovej siete Action, ktorá v minulom roku expandovala na ďalšie európske trhy. Úspech však priniesli hlavne privátne značky, ktorých ešte lepší možný výsledok dole potiahli len biele jednovrstvové obrúsky. IKEA s +570 tonami potvrdila pozíciu strategického partnera, keď sa nám podarilo rozšíriť portfólio dodávaných výrobkov aj o biele obrúsky, zároveň navýšiť objemy farebných obrúskov a udržať si postavenie takmer výhradného dodávateľa potlačených obrúskov.

Výrobná štruktúra predaja (podiel z tržieb)



Teritoriálna štruktúra predaja (podiel z tržieb)



2.2. Marketing, stratégia a značky

Vo svojich aktivitách nadväzuje spoločnosť SHP Slavošovce na takmer 200 ročnú tradíciu výroby papiera v Slavošovciach (od 1817.) Bohatá tradícia výroby a tiež história značiek sú dôležitými atribútmi spoločnosti, na ktorých chce budovať svoj rozvoj aj naďalej.

Kľúčovou vlastnou obchodnou značkou spoločnosti je značka Harmony, ktorá je prítomná najmä na trhoch strednej Európy a Balkánu, ale aj vo viacerých krajinách západnej a východnej Európy. Pod značkou Harmony spoločnosť vyrába a predáva široké portfólio farebných a potlačených obrúskov. Značka Harmony prešla v roku 2016 rebrandingom a zmenou obalov. Nová obalová koncepcia je charakteristická jemnými pastelovými teplými farbami dotvárajúcimi elegantný dizajn produktov, zdôrazňujúci čistotu ako jeden zo základných znakov značky. Identita značky je zhmotnená v jednoduchosti a prirodzenej čistote prevedenia dizajnov, v ich nadčasovosti a zmysle pre jemný detail, ktorý robí Harmony výnimočnou.

S cieľom priniesť zákazníkom inšpiráciu a inovatívne produkty sme v roku 2016 pripravili kolekciu sviežich dizajnov obrúskov predstavenú pod značkou Harmony, Harmony Prima, Harmony Colour Collection a Harmony Royal Collection. Obrúsky vo viacerých formátoch a prevedeniach zaznamenali úspech nielen v segmente retail ale aj special retail na slovenskom a českom trhu a tiež na Balkáne. Motívy obrúskov boli zvolené s dôrazom na zákaznícke preferencie a aktuálne trendy, tak aby spĺňali požiadavky tradičných, ale aj moderne orientovaných spotrebiteľov.

Na trh bola v uplynulom roku uvedená jedna sezónna a jedna celoročná kolekcia obrúskov a stredových pásov Royal Collection, ktorá vďaka spojeniu funkčnosti a estetiky nadviazala na trend z roku 2015 a naďalej sa teší obľube u konečných spotrebiteľov.

K lepšej viditeľnosti a adekvátnej prezentácii produktov značky Harmony rozhodne prispelo aj zaradenie nových foriem druhotného vystavenia. Okrem papierových stojanov boli do portfólia

zaradené aj inovatívnejšie spôsoby vystavenia ako napríklad clip-stripy (závesné pásy) či malé pultové stojany, ktoré sú ideálnym nosičom informácií pre edukáciu spotrebiteľa.

Marketingová komunikácia

Rok 2016 bol pre SHP Group a jej značky významným z hľadiska komunikácie. Na redizajn produktového portfólia nadviazala komunikačnou kampaňou aj značka Harmony. Kampaň prebiehala najmä v printových médiách počas novembra a decembra na slovenskom a českom trhu. Súčasťou kampane bolo aj oživenie komunikácie značky na sociálnych sieťach a outdoor komunikácia. Značka Harmony bola aj v roku 2016 partnerom podujatia Krištáľové krídlo, ktorého hlavnou myšlienkou je ocenenie významných odborníkov a úspešných osobností na Slovensku.

Odmeňovanie zákazníckej vernosti

Ďalšou marketingovou komunikačnou aktivitou spoločnosti je prevádzkovanie spotrebiteľského vernostného programu - Klub Harmony v Slovenskej republike a v Českej republike. Darčeky podľa vlastného výberu získavajú verní spotrebiteľia značky Harmony výmenou za EAN kódy z produktov nepretržite už 12 rokov. Počet členov klubu sa neustále zvyšuje a ku koncu roku 2016 mal takmer 32 tisíc členov. Primárnym cieľom klubu je dlhodobou aktivitou nielen motivovať spotrebiteľov ku kúpe produktov značky Harmony, ale aj upevňovať ich lojalitu k tejto značke.

Účasť na výstavách

Výrobky spoločnosti v roku 2016 boli úspešne prezentované na medzinárodnej výstave PLMA v Amsterdame.

2.3. Riadenie dodávateľského reťazca

V tejto oblasti sme sa zameriavali na plnenie vysokej úrovne poskytovaného servisu našim zákazníkom. Pokračujeme v opatreniach, ktoré sme zaviedli aj za pomoci renomovaných konzultačných spoločností.

Zamerali sme sa hlavne na zlepšenie plánovania, zjednocovanie procesov v rámci celej skupiny a centralizáciu postupov tam, kde je to efektívne.

Naším cieľom je zefektívnenie procesov a úspora nákladov tak v entitách na Slovensku, Českej republike ako aj na Balkáne. Zvýšili sme úroveň priamej komunikácie s našimi kľúčovými zákazníkmi, čo sa s ďalšími opatreniami prejavilo vo zvýšenom plnení servis levelu. Neustála snaha o zlepšovanie služieb našim zákazníkom je našou prioritou.

2.4. Výroba a investície

Vývoj základných ukazovateľov výroby papiera a výrobkov

Základné údaje		2014	2015	2016	2016/2015 (%)
Výroba papiera	T	16 132	14 839	14 762	99,5
Výroba produktov	T	9 281	9 175	11 280	122,9
Výdavky na investície	tis. EUR	1 450	977	1 736	119,5

Hlavne investičné aktivity na spracovateľských linkách v 2016 bolo obstaranie novej výrobnéj linky na výrobu obrúskov NL 23 a rekonštrukcia obrúskového stroja NL 16, ktoré mali značný vplyv na celkové zvýšenie kapacít výroby. Kľúčovou aktivitou na papierenskom stroji bola výmena nátokovej skrine a sitovej časti. Touto zmenou sme dosiahli výrazné zlepšenie kvality papiera a zníženie plošnej hmotnosti. Významne sme optimalizovali receptúry farieb počas výroby sýtych odtieňov na PS 8,

s kladným dopadom do výsledku. Výborne výsledky sa dosiahli v projekte Operational Improvement –zavedenie OEE a jeho zvýšenie, 5S program a spotreba priamych materiálov. Úspech sa dosiahol cez implementáciu manažérskych princípov „Rockefeller habits“.

Úspešne sme zaviedli do výroby kompletne nové obaly v rámci zmeny obalovej koncepcie našej značky.

2.5. Životné prostredie

Ochrana životného prostredia znamená starostlivosť o celý rad prírodných zdrojov – stromy, rastliny, živočíchy, vzduch, vodu i pôdu. Životné prostredie podmieňuje existenciu organizmov na Zemi, vrátane človeka. V rukách každého jednotlivca je sila - pozitívne ovplyvňovať kvalitu životného prostredia. Zdravé životné prostredie a zdravý spôsob života idú ruka v ruku so zdravím a hodnotným prežívaním života každého z nás.

V SHP Slavošovce bolo v roku 2016 zhodnotenie papierenských kalov 100%. Všetka produkcia papierenského kalu bola zakomponovaná do rekultivačnej vrstvy skládky Pri Tuneli.

Z celkovej produkcie odpadov v SHP Slavošovce zhodnocujeme viac ako 90%. V oblasti ochrany ovzdušia pokračuje trend znižovania vypúšťaných emisií do ovzdušia.

2.6. Ľudské zdroje

Ľudské zdroje majú významnú úlohu pri zaistení budúceho úspechu našej spoločnosti. V roku 2016 sme sa zamerali na vytvorenie pozitívnej firemnej kultúry a vytvorenie prostredia, kde zamestnanci využívajú svoje schopnosti, zručnosti, dlhodobo dosahujú výsledky, majú možnosť seberealizácie a kariérneho postupu, majú možnosti vzdelávania a osobného rozvoja a budú dostatočne odmenení za svoj prínos.

Realizovali sme nasledovné kľúčové iniciatívy:

v rámci manažmentu spoločnosti sme definovali Stratégiu 2020 so štyrmi základnými piliermi

Značka a trhovú hodnotu

Ziskový a udržateľný rast

Aktíva s nízkymi nákladmi

Rozvoj ľudí

Spolu so stratégiou sme definovali hodnoty spoločnosti, ktoré sú srdcom našej firemnej kultúry, určujú identitu našej spoločnosti a pomáhajú nám správne sa rozhodovať. Hodnoty spolu s očakávaným správaním predstavujú základné piliere pre dosahovanie našej stratégie.

Zmenili sme prístup v odmeňovaní zamestnancov; v spolupráci s odborovou organizáciou sme nastavili transparentný, motivujúci a zjednodušený systém odmeňovania pre výrobných zamestnancov. Nastavili sme nový tarifný systém, ktorý predstavoval priemerné zvýšenie tarifných miezd o 6 %. Zároveň sme zvýšili finančnú hodnotu variabilnej zložky a nadväzujúce parametre pre jej vyhodnotenie. Pre zamestnancov sme v roku 2016 organizovali rôzne súťaže, ktorých cieľom bolo nasmerovať denné aktivity zamestnancov na očakávané správanie v súlade s hodnotami skupiny.

Zamerali sme sa na zlepšenie komunikácie so zamestnancami. Zaviedli sme rôzne formy internej komunikácie a to pravidelné kvartálne stretnutia zamestnancov s manažmentom spoločnosti, pravidelnými mesačnými informáciami o stave plnenia jednotlivých cieľov a ich percentuálneho vyhodnocovania.

V oblasti rozvoja a starostlivosti o zamestnancov je naším cieľom byť preferovaným a dôveryhodným zamestnávateľom, so zodpovedným prístupom k internému a externému prostrediu. V roku 2016 sme sa zamerali na rozvojové tréningové programy vo forme špecifických programov – Talent Manažment Program, tréning pre trénerov, tréning majstrov, školenia mäkkých zručností pre stredný

manažment, 360-stupňová spätná väzba. Cieľom týchto programov bolo podporiť a prispieť k dosiahnutiu strategických cieľov, zabezpečiť stabilizáciu a motiváciu zamestnancov, ktorí majú požadované skúsenosti, znalosti a budúci potenciál. Zároveň sme venovali pozornosť aj školeniam, ktoré súvisia s odbornou prípravou v nadväznosti na povinnú legislatívu.

V rámci sociálneho programu sme zamestnancom poskytli rôzne benefity vo forme príspevkov za pracovné a životné jubileá, organizovali sme mimopracovné aktivity ako športový deň, vianočný večierok, týždeň zdravia; poskytli sme sociálnu výpomoc zamestnancom a ich rodinným príslušníkom v ťažkých rodinných alebo zdravotných situáciách.

2.7. Doplnujúce informácie k účtovnej závierke

Udalosti osobitného významu, ktoré nastali po skončení účtovného obdobia

Po 31. 12. 2016 nenastali také skutočnosti, ktoré by významným spôsobom ovplyvnili hospodárenie spoločnosti a ktoré by vyžadovali úpravu údajov zverejnených v tejto účtovnej závierke.

Predpokladaný vývoj spoločnosti v roku 2017

Základné smery vývoja spoločnosti pre rok 2017 spoločnosť definovala v podnikateľskom zámere, v rozhodujúcich oblastiach spoločnosť v budúcom roku predpokladá dosiahnuť:

Výroba		plán 2017	skut. 2016	Index
- výroba papiera na papierenskom stroji	t	15 830	14 762	1,07
- výroba obrúskov	t	12 591	11 280	1,12
Hospodárenie				
Tržby z predaja vlastných výrobkov a služieb	tis. EUR	24 849	22 681	1,10
Pridaná hodnota	tis. EUR	7 857	6 116	1,28
Prevádzkový výsledok hospodárenia	tis. EUR	2 704	1 076	2,51
Finančný výsledok hospodárenia	tis. EUR	- 14	- 27	0,52
Výsledok hospodárenia pred zdanením	tis. EUR	2 690	1 049	2,56
Ostatné ukazovatele				
Priemerný prepočítaný počet zamestnancov	osoby	256	266	,96
Pridaná hodnota/osobné náklady	pomer	1,91	1,55	1,23

Spoločnosť pokračuje v realizácii opatrení prijatých v predchádzajúcom období zameraných hlavne na znižovanie variabilných a režijných nákladov spoločnosti, optimalizáciu pracovného kapitálu, zvyšovanie produktivity práce, dodržiavanie kvalitatívnych parametrov a tým zvýšenie pridanej hodnoty produktov vyrábaných v spoločnosti.

Pre rok 2017 sú predpokladané investičné výdaje vo výške 446 tis. €, ktoré sú určené na modernizáciu existujúcich spracovateľských liniek.

Výdavky na činnosť výskumu a vývoja

V roku 2016 spoločnosť nerealizovala činnosť v oblasti výskumu a vývoja.

Nadobúdanie vlastných akcií, dočasných listov, obchodných podielov a akcií, dočasných listov a obchodných podielov materskej účtovnej jednotky.

V roku 2016 spoločnosť nevykonávala v tejto oblasti žiadnu činnosť.

Návrh o spôsobe rozdelenia zisku za rok 2016

Spoločnosť za rok 2016 vykázala hospodársky výsledok po zdanení: zisk vo výške 860 tis. €. Valnému zhromaždeniu spoločnosti bol predložený návrh na jeho rozdelenie nasledovne: prídel do rezervného fondu vo výške 43 tis. €, čiastku 817 tis. € preúčtovať na účet nerozdeleného zisku minulých rokov.

Informácia o organizačných zložkách spoločnosti v zahraničí

SHP Slavošovce, a. s., Slavošovce vykonáva podnikateľskú činnosť na území Slovenskej republiky, v zahraničí prostredníctvom organizačných zložiek nepodniká.

Analýza a riadenie rizík

Činnosti, ktoré spoločnosť vykonáva ju vystavujú určitým finančným rizikám: trhovému riziku (vrátane kurzového rizika a úrokového rizika) úverovému riziku a riziku likvidity. Medzi hlavné finančné nástroje patria pohľadávky a záväzky z obchodného styku. Použitie týchto finančných nástrojov je zamerané najmä na zabezpečenie finančných prostriedkov alebo na investovanie voľných peňažných prostriedkov.

Spoločnosť nepoužíva derivátové nástroje na riadenie rizika cien komodít. Nákupy materiálu sa uskutočňujú vždy v bežných trhových cenách na základe ročných zmlúv.

Spoločnosť nie je vystavená výraznej koncentrácii úverového rizika. Má zavedené zásady na zabezpečenie predaja produktov a služieb odberateľom s prijateľnou reputáciou a využíva poistenie pohľadávok. Peňažné prostriedky má spoločnosť uložené v renomovaných finančných inštitúciách, od ktorých čerpá úverové zdroje. Operácie s derivátmi a peňažné transakcie sa vykonávajú len prostredníctvom renomovaných finančných inštitúcií.

Obozretné riadenie rizika likvidity predpokladá udržiavanie dostatočného stavu peňažných prostriedkov, dostupnosť získania zdrojov prostredníctvom primeraného množstva zmluvných úverových liniek a schopnosť uzatvárať trhové pozície. Vzhľadom na dynamickú povahu podnikateľskej činnosti sa spoločnosť snaží udržať flexibilitu prostredníctvom zabezpečenia stálej dostupnosti úverových liniek, ako aj zosúladenie príjmov z finančných aktív s finančnými potrebami.