

Konsolidovaná Výročná správa

Consolidated Annual report

SHP Harmanec, a.s.

2019



200-ročná tradícia výroby papiera
200-years tradition in paper production



SLOVAK HYGIENIC PAPER GROUP



HARMONY



HARMANEC



HARMONY
PROFESSIONAL



paloma



paloma
PROFESSIONAL

**Obsah / Content**

Úvodné slovo / Introduction	3
1. Produkty a distribúcia / Products and distribution	5
Marketing, stratégia a značky / <i>Marketing, strategy and brands</i>	5
Certifikáty a audity / <i>Certifications and audits</i>	9
Teritoriálna štruktúra predaja / <i>Structure of sales by territory</i>	11
Výrobová štruktúra predaja / <i>Structure of sales by product group</i>	12
2. Ekonomické výsledky / Economic results	13
Konsolidovaný výkaz súhrnných ziskov a strát / <i>Consolidated Statement of Comprehensive Income</i>	13
Konsolidovaný výkaz o finančnej situácii / <i>Consolidated Statement of Financial Position</i>	14
3. Skupina SHP / SHP Group	17
Výrobné spoločnosti / <i>Production companies</i>	17
Ostatné spoločnosti / <i>Other companies</i>	21
Ľudské zdroje / <i>Human resources</i>	22
Životné prostredie / <i>Environment</i>	23
Analýza a riadenie rizík / <i>Risk analysis and management</i>	24
4. Doplnujúce informácie / Additional information	26

Prílohy / Attachments**Správa nezávislého audítora / Independent Auditor's report**

Konsolidovaná účtovná závierka v súlade s Medzinárodnými štandardmi pre finančné výkazníctvo v znení prijatom Európskou úniou za rok končiaci sa 31. decembra 2019 / Consolidated Financial Statements presented in accordance with International Financial Reporting Standards as adopted by the European Union for the year ended 31 December 2019



Vážení akcionári,
vážení zamestnanci,
vážení čitateľa výročnej správy,

Rok 2019 bol pre skupinu SHP úspešný rok. Konsolidovaný výsledok EBITDA medziročne prudko narástol a dosiahol výšku viac než 9 mil. EUR.

Hlavným úspechom roka 2019 bola naša iniciatíva na zlepšovanie predajného portfólia a predajnej výkonnosti. Najvýraznejším vplyvom bol nárast predajnej ceny, zlepšenie mixu a optimalizácia sortimentu. Toto striktné riadenie výkonnosti prinieslo významné medziročné zlepšenie výsledku (+5,8 mil. EUR), pri dočasnom poklese objemu u vybraných zákazníkov a raste predajných cien. Vplyvom prijatých opatrení sme medziročne navýšili priemerné predajné ceny v maloobchodnom segmente, najmä na našom objemovo najväčšom trhu privátnych značiek.

Skupina úspešne napreduje v špecializácii svojich výrobných závodov. Efektívne využíva svoje know-how pri nákupe primárnej suroviny od svetových dodávateľov, aj pri nákupe druhotnej suroviny z lokálnych zdrojov. Naše značkové produkty Harmony a Paloma sa presadzujú nielen na domácich trhoch, kde sme už 3. rok za sebou navýšili naše trhové podiely a jednoznačne potvrdili naše vodcovstvo. Dlhodobé sústredenie sa na tvorbu udržateľných zákazníckych riešení a premyslená inovácia nám priniesla zaujímavé príležitosti doma aj v zahraničí, ktoré sa naplno prejavujú v roku 2020.

Významný pokrok bol dosiahnutý aj v oblasti riadenia fixných nákladov s pomocou cielených investícií do automatizácie výrobných procesov. Iniciatívy na zvýšenie produktivity a zníženie administratívnej záťaže priniesli redukciu fixných nákladov so značnou medziročnou úsporou (-3,2 milióna EUR), aj napriek dynamickému rastu ceny práce.

Dear Shareholders,
Dear Employees,
Dear Readers of this Annual report,

2019 was a successful year for the SHP Group. The consolidated EBITDA result increased sharply year-on-year and reached more than 9 mil. EUR.

The main success of 2019 was our initiative to improve the sales portfolio and sales performance. The most significant impact was the increase in the selling price, improved mix and optimization of the assortment. This strict performance management brought a significant year-on-year improvement in the result (+5,8 mil. EUR), with a temporary decrease in volume for selected customers and an increase in sales prices. As a result, we increased average sales prices in the retail segment, especially in our largest private label market.

The Group is successfully advancing in the specialization of its production plants. We are effectively using our know-how when purchasing primary raw materials from global suppliers, as well as when purchasing secondary raw materials from local sources. Our Harmony and Paloma branded products are successful not only on domestic markets, where we have increased our market shares for the third year in a row and clearly confirmed our leadership. Long-term focus on the creation of sustainable customer solutions and thoughtful innovation have brought us interesting opportunities at home and abroad, which will be fully manifested in 2020.

Significant progress has also been made in the area of fixed cost management with the help of targeted investments in the automation of production processes. Initiatives to increase productivity and reduce administrative burdens have resulted in reduction in fixed costs with significant YoY savings (-3.2 mil. EUR), despite the dynamic rise in labor costs.



Ceny nakupovaných materiálov počas roku 2019 klesali, a taktiež prispeli k zlepšeným výsledkom. V oblasti riadenia dodávateľského reťazca sme benefitovali zo zlepšujúcej sa výkonnosti nákupnej organizácie a rozvoja vlastnej nákupnej siete na obstaranie plne obnoviteľnej suroviny.

Projekt investície do nového papierenského stroja v Palome pokračoval podľa plánu. Od investície sa očakáva zlepšenie nákladovej situácie v závode Paloma, podstatné zníženie prevádzkových rizík, zlepšenie kvality papiera a zvýšenie kapacity výroby s cieľom uspokojiť rastúci dopyt v regióne. Nový papierenský stroj bude v plnej prevádzke v 4. kvartáli 2020.

Zakladáme si na našom kvalitnom tíme ľudí, ktorí sú garanciou udržateľnosti výsledkov a pozitívnych zmien realizovaných v roku 2019. Nové iniciatívy vytyčené pre skupinu na rok 2020, naša agilita v reakcii na príležitosti a sústredenie sa na budovanie zákazníckych riešení mi dávajú dôveru prisľúbiť, že rok 2020 bude ďalším úspešným rokom v našej 200 ročnej tradícii výroby hygienických riešení.

Cítim, že sme na správnej ceste a chcel by som sa poďakovať našim akcionárom, všetkým našim zamestnancom a obchodným partnerom za trvalú podporu a spoluprácu.


Ing. Richard Žigmund, MBA.
Generálny riaditeľ / CEO
predseda predstavenstva / Chairman of BoD

Prices of purchased materials were decreasing during 2019, and also contributed to improved results. In the area of supply chain management, we benefited from the improving performance of the purchasing organization and the development of our own purchasing network to procure a fully renewable raw material.

The investment project for a new paper machine in Paloma continued according to plan. The investment is expected to improve the cost situation at the Paloma plant, significantly reduce operational risks, improve paper quality and increase production capacity to meet growing demand in the region. New paper machine will be fully operational in 4-th quarter 2020.

We rely on our quality team of people who guarantee the sustainability of results and the positive changes implemented in 2019. The new initiatives set for the Group for 2020, our agility in responding to opportunities and focus on building customer solutions give me the confidence to promise that year 2020 will be another successful year in our 200-year tradition of manufacturing hygiene solutions.

I feel that we are on the right path and would like to thank our shareholders, all our employees and business partners for ongoing support and cooperation.



1. PRODUKTY A DISTRIBÚCIA

Marketing, stratégia a značky

Vo svojich aktivitách spoločnosť SHP Group nadväzuje na viac ako 200-ročnú tradíciu výroby papiera, ale zároveň stavia na inováciách, moderných formách predaja a komunikácie. Kľúčovú úlohu v tomto hrajú vlastné značky, a to Harmony a Paloma.

Značka Harmony je prítomná najmä na trhoch strednej Európy a Balkánu, ale aj vo viacerých krajinách západnej Európy. Značka Paloma je dominantnou najmä v regióne Balkánu, zaujímavé predaje zaznamenáva aj napríklad vo Veľkej Británii alebo Nemecku. Obidve značky ponúkajú široké portfólio toaletných papierov, kuchynských utierok, vreckoviek, obrúskov a kozmetických utierok.

Značky úspešne ponúkajú aj svoje B2B portfólio, ktoré pokrýva potreby profesionálnej hygieny pod značkami Harmony Professional a Paloma Professional. Značky sú okrem svojich domácich trhov úspešné aj v Rakúsku, Švajčiarsku či Maďarsku.

Rok 2019 sa niesol v duchu oslavy 190. výročia výroby papiera v závode v Harmanci, ktoré sa nám podarilo dostať do povedomia zákazníkov a partnerov aj prostredníctvom kampane a limitovanej edície s folklórnou tematikou.

Produktové novinky

V rámci produktového portfólia sme sa v roku 2019 zamerali na vývoj a podporu predaja toaletných papierov a papierových utierok.

V apríli 2019 sme uviedli na trh limitovanú edíciu Harmony Folklór určenú primárne pre slovenský a čiastočne pre český trh. Jej cieľom bola podpora predaja práve cez aktuálnu tému folklóru, ktorá rezonuje aj v retaile a zároveň odkomunikovať 190. výročie závodu v Harmanci. Limitovaná edícia pokrýva celé portfólio a počas leta bola podporená aj online kampaňou.

1. Products and distribution

Marketing, strategy and brands

Activities of SHP Group follow its more than 200 years tradition of paper production but on the same time builds on innovation, modern form of sales and communication. Key role is played by own brands of company: Harmony and Paloma.

Harmony brand is present mostly on markets of central Europe and Adria, but also on various markets of Western Europe. Paloma brand is dominant mostly in Adria region, but significant sales are delivered also from Great Britain or Germany. Both brands offer wide portfolio of toilet paper, paper towels, handkerchiefs, napkins and facial towels.

Both brands also offers their B2B portfolios which cover needs of professional hygiene under brands Harmony Professional and Paloma Professional. Brands are successful also in Austria, Switzerland or Hungary on the top of their domestic key markets.

The year 2019 was in the spirit of celebrating the 190th anniversary of paper production at the Harmanec plant, which we managed to bring to the attention of customers and partners also through a campaign and a limited edition with a folklore theme.

Product novelties

As part of our product portfolio, in 2019 we focused on developing and supporting the sale of toilet paper and paper towels.

In April 2019, we launched a limited edition Harmony Folklór aimed primarily at the Slovak and partly at the Czech market. Its goal was to support sales through the current topic of folklore, which also resonates in retail, and at the same time to communicate the 190th anniversary of the Harmanec plant. The limited edition covers the entire portfolio and was supported by an online campaign in summer.



V septembri sme uviedli na všetky naše trhy strednej a západnej Európy nové portfólio papierových utierok. Zmenou oproti pôvodnému portfóliu bola nastavená segmentácia do 3 úrovní: Everyday: univerzálne utierky na bežné použitie, Good for Food: kuchynské utierky vyvinuté pre použitie v kuchyni a Expert: utierky pre špeciálne použitie pri upratovaní domácnosti, v garáži alebo pri starostlivosti o domáce zvieratá. Zároveň sme do portfólia uviedli monorole s dlhými návinmi. Dôvodom je ich rastúca obľúbenosť a zvyšujúci sa podiel predajov na všetkých našich kľúčových trhoch. Nové portfólio bolo v 4. kvartáli 2019 podporené online kampaňou na slovenskom trhu, a v 1. kvartáli 2020 na českom trhu.

Na balkánskych trhoch sme sa v 2. polroku 2019 zamerali na revíziu portfólia toaletných papierov. Revízia zahŕňala nákladovú optimalizáciu produktov, rebranding a zlúčenie výrobkov značky Celex pod značku Harmony a úplne nové obaly. Účelom je zatraktívnenie portfólia na cieľových trhoch a zameranie sa na jednu značku, ktoré nám pomôže k rýchlejšiemu budovaniu značky Harmony na týchto trhoch ruka v ruke so značkou Paloma.

V roku 2020 sa zameriame na revíziu portfólia papierových utierok pre balkánske trhy podľa vzoru portfólia pre strednú Európu. Bude zahŕňať nákladovú optimalizáciu, nastavenie novej segmentácie a nové obaly. Ďalšou iniciatívou pre rok 2020 je kompletná revízia portfólia hygienických vreckoviek a kozmetických utierok Harmony.

Harmony Professional a Paloma Professional

V segmente profesionálnej hygieny „Away from Home“ sme v roku 2019 podporovali aktivity zamerané na rozvoj značky a spoluprácu so strategickými partnermi na kľúčových trhoch. Rovnako aj v tomto segmente sa pripravujeme na presun do online priestoru, či už vo forme novej web stránky, tak aj prostredníctvom cielenej online komunikácie.

In September, we launched a new portfolio of paper towels for all our Central and Western European markets. The change from the original portfolio was set to segmentation into 3 levels: Everyday: universal towels for everyday use, Good for Food: kitchen towels developed for use in the kitchen and Expert: towels for special use in household cleaning, garage or care for pets. At the same time, we introduced monoroles with long coils into the portfolio. The reason is their growing popularity and increasing share of sales in all our key markets. The new portfolio was supported in the 4th quarter of 2019 by an online campaign on the Slovak market, and in the 1st quarter of 2020 on the Czech market.

In the Adria markets, we focused on the revision of the toilet paper portfolio in the second half of 2019. The revision included cost optimization of products, rebranding and merging of Celex brand products under the Harmony brand, and completely new packaging. The purpose is to make the portfolio more attractive on the target markets and focus on one brand, which will help us to build the Harmony brand faster on these markets hand in hand with the Paloma brand.

In 2020, we will focus on revising the paper towel portfolio for the Adria markets according to the portfolio model for Central Europe. It will include cost optimization, new segmentation setup, and new packaging. Another initiative for 2020 is the complete revision of Harmony's portfolio of handkerchiefs and facial towels.

Harmony Professional and Paloma Professional

In the "Away from Home" professional hygiene segment, we supported activities aimed at brand development and cooperation with strategic partners on the key markets. Also in this segment, we are preparing to move to the online space, both in the form of a new website and through targeted online communication.



Decor

Harmony obrúsky ponúkajú zákazníkom spojenie elegancie, jednoduchosti a najnovších trendov v stolovaní. Tieto trendy sme aj tento rok pretavili do kolekcií obrúskov pod značkou Harmony, a to Harmony Prima, Harmony Colour Collection, Harmony potlačené obrúsky, Harmony Decor Collection a Harmony Royal Collection. V rámci kolekcií ponúkame obrúsky rôznych veľkostí a prevedení. Novinkou, ktorú sme prezentovali aj na výstave Paperworld Frankfurt, je eco-friendly portfólio s cieľom priniesť ponuku aj pre zákazníkov, ktorí sa snažia eliminovať množstvo používaných plastov. Z výstavy si odnášame pozitívny feedback aj ďalšie ponuky spolupráce.

V roku 2020 sa chceme zamerať na optimalizáciu portfólia s dôrazom na sezónne využitie obrúskov. Zároveň sa komunikačne chceme viac zamerať na online médiá, či už vo forme nového online katalógu, ale aj komunikácie najmä cez sociálne médiá.

Marketingová komunikácia Harmony

Rok 2019 sme na Slovensku a v Čechách začali silnou televíznou kampaňou. Kampaň bola zameraná na podporu a komunikáciu nového 4-vrstvového toaletného papiera Harmony Exclusive a televízia bola podporená online kampaňou. Samotný produkt považujeme za úspešný, tvorí 90% predaja značkových 4-vrstvových toaletných papierov v Čechách aj na Slovensku.

Ďalší míľnik v rámci komunikácie značky bola online kampaň na podporu Harmony Folklor, ktorá prebiehala počas leta na Slovensku. Kampaň bola úspešná, zaznamenali sme silný engagement (komentáre, zdieľania, emotikony). Kľúčovým elementom bolo online video, ktoré malo viac ako 500.000 zhladnutí na YouTube, Facebooku a Instagrame. Koniec roka bol v znamení online kampane na podporu nového portfólia papierových utierok Harmony.

Decor

Harmony napkins offer customers a combination of elegance, simplicity and the latest trends in dining. This year we transformed these trends into collections of napkins under the Harmony brand, namely Harmony Prima, Harmony Color Collection, Harmony printed napkins, Harmony Decor Collection and Harmony Royal Collection. Within the collections we offer napkins of various sizes and designs. A novelty, which we also presented at the Paperworld Frankfurt exhibition, is the eco-friendly portfolio with the aim of bringing an offer also for customers who are trying to eliminate the amount of used plastics. We receive positive feedback from the exhibition and other offers of cooperation.

In 2020, we want to focus on portfolio optimization with an emphasis on the seasonal use of napkins. At the same time, we want to focus more on online media, whether in the form of a new online catalog, but also on communication, especially through social media.

Marketing communication Harmony

We started the year 2019 in Slovakia and the Czech Republic with a strong television campaign. The campaign focused on the promotion and communication of the new 4-ply Harmony Exclusive toilet paper, and television was supported by the online campaign. We consider the product itself to be successful, accounting for 90% of sales of branded 4-ply toilet papers in the Czech Republic and Slovakia.

Another milestone in the brand's communication was the online campaign in support of Harmony Folklor, which took place during the summer in Slovakia. The campaign was successful, we noticed strong engagement (comments, shares, emoticons). A key element was the online video, which had more than 500,000 views on YouTube, Facebook and Instagram. The end of the year was marked by an online campaign to support Harmony's new paper towel portfolio.



Paloma

Značka Paloma si v roku 2019 udržala pozíciu číslo 1 medzi značkovými hráčmi v Slovinsku. Cieľom na nasledujúce roky je nielen udržanie pozície na slovinskom trhu, ale aj zlepšenie pozície na Balkáne, a dosiahnutie aspoň 2. pozície na týchto trhoch.

Marketingové aktivity sa počas roka zameriavali na prémiové produkty a ich promócie s cieľom zvýšiť image značky a zabezpečiť vysokú lojalitu značke tiež do budúcnosti.

V rámci portfólia toaletných papierov sme sa zameriavali na produktové línie Exclusive. Uviedli sme 2 línie Exclusive Soft a Exclusive Plus, z ktorých každá adresuje špecifickú potrebu trhu. Naša prémiová línia Deluxe bola tiež aktualizovaná, vylepšená a zlúčená s líniou Sensitive Care 4ply. Ďalším úspechom bolo aj spustenie limitovanej edície Summer.

Marketingová komunikácia Paloma

Podpora značky v roku 2019 stála na dvoch hlavných pilieroch. Televízna reklama v druhom polroku, zameraná na hlavnú imidžovú produktovú líniu Deluxe, a digitálne médiá počas celého roka, kde sme využili všetky moderné kanály na budovanie imidžu značky a propagáciu noviniek. Na Facebooku bol prekonaný míľnik 100.000 followerov stránky Paloma.

Novinkou roka bola aktivácia účtu na Instagrame a úzka spolupráca s influencermi, ktorá cenným obsahom prispela k účtom Palomy na sociálnych sieťach.

Prelomom bolo spustenie kampane #PalomaWintermoments, kde sme na našom kanáli YouTube dosiahli viac ako 140.000 zobrazení.

Webová stránka Paloma bola znovu spustená s vylepšenou časťou Kariéra, ktorá je teraz oveľa výraznejšia a užívateľsky prívetivejšia.

Paloma

The Paloma brand kept No. 1 position of brand players in Slovenia. The goal for the coming years is not only to maintain our position in the Slovenian market, but also to improve our position in the Adria region, and to achieve at least the 2nd position in these markets.

During the year, marketing activities focused on premium products and their promotions in order to increase the brand image and ensure high brand loyalty in the future.

Within the portfolio of toilet papers, we focused on the Exclusive product lines. We have introduced 2 lines, Exclusive Soft and Exclusive Plus, each of which addressing specific market need. Our premium Deluxe line has also been updated, improved and merged with the Sensitive Care 4ply line. Another success was the launch of the limited edition Summer.

Marketing communication Paloma

Brand support in 2019 was based on two main pillars. Television advertising in the second half of the year, focused on the main image-driving product line Deluxe, and digital media throughout the year, where we used all modern channels to build the brand image and promote the Brand novelties. On Facebook, the milestone of 100,000 followers of the Paloma account was surpassed.

The novelty of the year was the activation of an Instagram account and close cooperation with influencers, which contributed valuable content to Paloma's social media accounts.

A breakthrough was the launch of the #PalomaWintermoments campaign, where we achieved more than 140,000 views on our YouTube channel.

Paloma website has been relaunched with an improved Career section, which is now much more highlighted and user-friendly.



Certifikáty a audity

V roku 2019 závody skupiny SHP prešli viacerými typmi auditov a získali alebo potvrdili platnosť dôležitých certifikátov, ktoré sú nevyhnutnou podmienkou pre spoluprácu s nadnárodnými obchodnými reťazcami.

Dozorový audit podľa revidovanej normy ISO 9001:2015 a 14001:2015 potvrdil efektívne fungovanie systému manažérstva kvality a manažérstva životného prostredia vo všetkých závodoch, závod Paloma navyše úspešne prešiel aj auditom Bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci podľa štandardu OHSAS 18001:2007.

V závere minulého roka sme ukončili proces implementácie systému riadenia bezpečnosti dodávateľského reťazca podľa normy ISO 28000 úspešným certifikačným auditom závodu SHP Slavošovce a skupinového riadenia dodávateľského reťazca v Harmanci. Týmto sme splnili požiadavku nevyhnutnú pre ďalšiu spoluprácu s najväčším zákazníkom spoločnosti SHP Slavošovce.

Náš záujem etablovať sa čoraz viac aj na trhoch západnej Európy dokladujeme opätovným splnením európskeho štandardu IFS HPC (Household and Personal Products) zameraného na bezpečnosť produktu a ochranu produktu pre koncového zákazníka. Požiadavky štandardu zasahujú do všetkých procesov, vyžadujú systémové riešenia a kontroly a ich cieľom je eliminovať akékoľvek možnosti kontaminácie výrobkov. V októbri 2019 sme obhájili výsledok „High level“ v plnení tohto štandardu certifikačným auditom v závode Slavošovce. Percentuálne zlepšenie blízke High Level sme dosiahli aj počas certifikačných auditov v závodoch Harmanec, Celex a Paloma. Platnosť certifikátu sa potvrdzuje na ročnej báze opätovnými auditmi.

Certifications and audits

In 2019, the SHP Group plants passed several types of audits and obtained or confirmed important certificates, which are the inevitable condition for cooperation with international retail chains.

The supervisory audit according to the revised ISO 9001:2015 and 14001:2015 standard confirmed the effective functioning of the quality management and environmental management system in all plants, and the Paloma plant also successfully passed the Occupational Health and Safety audit according to the OHSAS 18001:2007 standard.

At the end of last year, we completed the process of implementing the supply chain security management system according to the ISO 28000 standard by a successful certification audit of the SHP Slavošovce plant and group supply chain management in Harmanec. We have thus fulfilled the requirement necessary for further cooperation with the largest customer of SHP Slavošovce.

Our interest in establishing our brands more and more in Western European markets is demonstrated by meeting the European standard of product safety and protection for the end customer (IFS HPC). The requirements of the standard extend to all processes, require system solutions and controls to eliminate any possibility of product contamination. In October 2019, we defended the rating "High level" in the fulfillment of this standard by a certification audit at the Slavošovce plant. We also achieved a percentage improvement close to the High Level during certification audits at the Harmanec, Celex and Paloma plants. The validity of the certificate is confirmed on an annual basis by re-audits.



Absolvovali sme úspešne aj niekoľko typov auditov pre zákazníkov, ktorí majú svoje samostatné štandardy a na kontrolu ich plnenia sú vyžadované samostatné audity – Tesco audit v Harmanci a Slavošovciach a IKEA IWAY audit a IKEA Forestry v Slavošovciach.

Všetky závody obhájili FSC certifikát (Forest Stewardship Council), čo je štandard pre certifikáciu spracovateľského reťazca a definuje požiadavky vzťahujúce sa k pôvodu primárnej suroviny použitej na naše výrobky. Ekologický postoj spoločnosti dokladujú aj certifikáty ako Nordic Ecolabel a Blue Angel.

Absolvovaním auditu etickej a sociálnej zodpovednosti Sedex v Harmanci a BSCI v Celexe deklarujeme, že etická zodpovednosť voči zamestnancom ako aj okoliu je na úrovni vyžadovanej medzinárodnými štandardami.

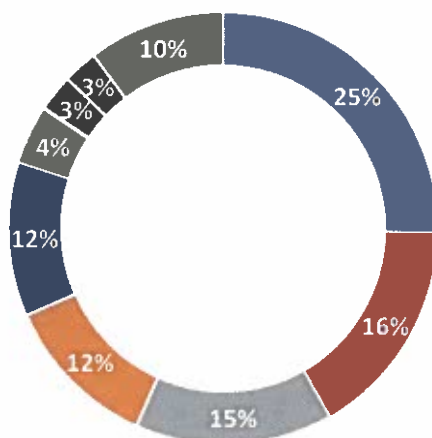
We have also successfully passed several types of audits for customers who have their own standards and separate audits are required to control their fulfillment - Tesco audit in Harmanec and Slavošovce, and IKEA IWAY audit and IKEA Forestry in Slavošovce plant.

All plants have upheld the FSC (Forest Stewardship Council) certificate, which is the standard for the manufacturing chain certification and defines the requirements relating to the origin of the primary material used in our products. Nordic Ecolabel and Blue Angel confirm the company's ecological attitude.

By successfully completing Sedex ethical and social responsibility audit in Harmanec plant, and BSCI's ethical and social responsibility audit in Celex plant, we declare that ethical accountability to employees and to the environment is at the level required by international standards.

**Teritoriálna štruktúra predaja 2019**

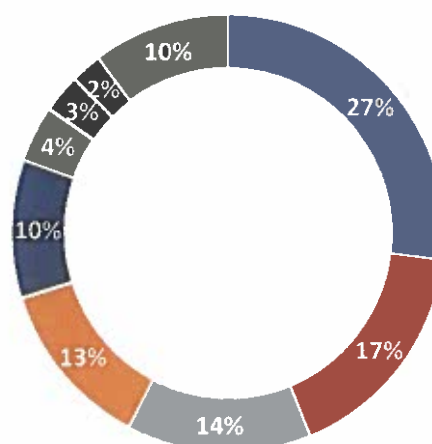
- Nemecko, Rakúsko
- Chorvátsko, Slovinsko
- Slovenská republika
- Česká republika
- Bosna a Hercegovina, Srbsko, Macedónsko, Montenegro
- Holandsko
- Poľsko, Dánsko
- Spojené kráľovstvo
- ostatné krajiny

**Structure of 2019 sales by territory**

- Germany, Austria
- Croatia, Slovenia
- Slovak Republic
- Czech Republic
- Bosna and Herzegovina, Serbia, Macedonia, Montenegro
- Netherlands
- Poland, Denmark
- United Kingdom
- Other countries

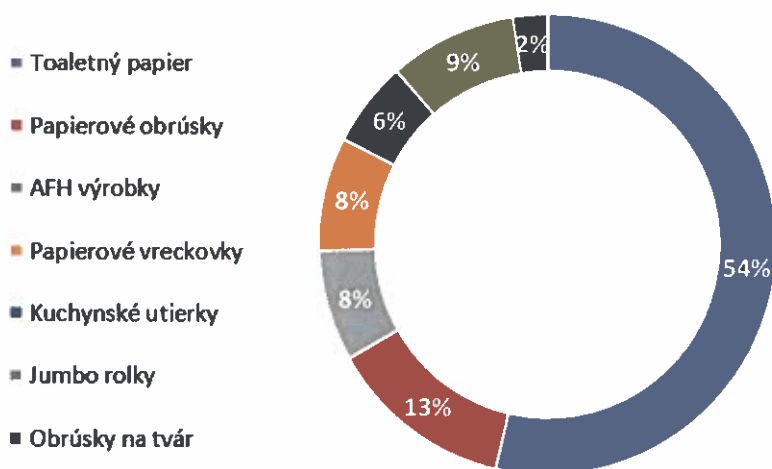
Teritoriálna štruktúra predaja 2018

- Nemecko, Rakúsko
- Chorvátsko, Slovinsko
- Slovenská republika
- Česká republika
- Bosna a Hercegovina, Srbsko, Macedónsko, Montenegro
- Holandsko
- Poľsko, Dánsko
- Spojené kráľovstvo
- ostatné krajiny

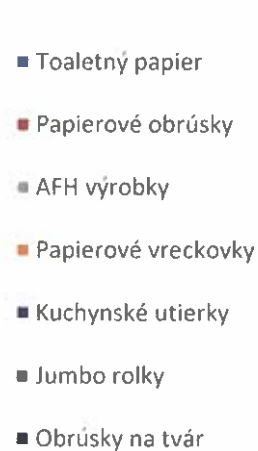
**Structure of 2018 sales by territory**

- Germany, Austria
- Croatia, Slovenia
- Slovak Republic
- Czech Republic
- Bosna and Herzegovina, Serbia, Macedonia, Montenegro
- Netherlands
- Poland, Denmark
- United Kingdom
- Other countries

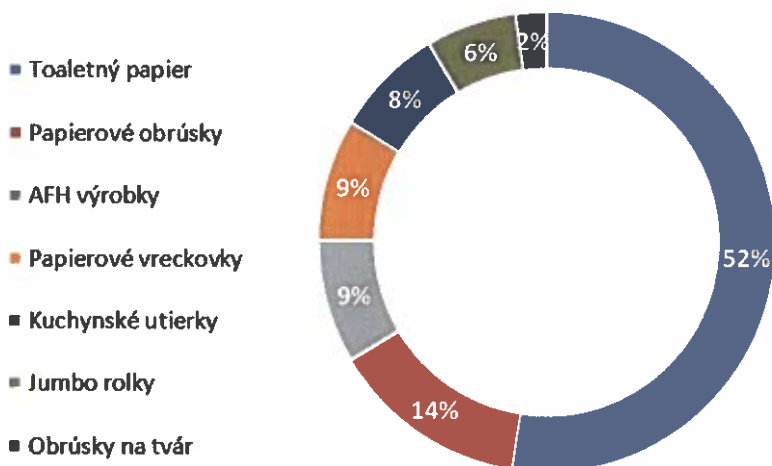
Výrobová štruktúra predaja 2019



Structure of sales 2019 by product group



Výrobová štruktúra predaja 2018



Structure of sales 2018 by product group





2. EKONOMICKÉ VÝSLEDKY

Konsolidovaný výkaz súhrnných ziskov a strát za rok končiaci sa 31. decembra 2019 (v tis. EUR)

	2019	2018
Výnosy z predaja vlastných výrobkov a tovaru	201 578	204 506
Výnosy z poskytovania služieb	473	460
	<u>202 051</u>	<u>204 966</u>
Zmena stavu zásob	-1 645	4 480
Spotreba materiálu a energie	-128 961	-142 810
Náklady na predaný tovar	-3 094	-4 785
Spotreba služieb	-23 383	-27 250
Osobné náklady	-34 822	-34 782
Odpisy	-8 108	-6 420
Ostatné náklady	-2 848	-2 882
Ostatné výnosy	2 299	1 343
Úrokové náklady	-362	-412
Ostatné finančné náklady	-293	413
	<u>834</u>	<u>-8 965</u>
ZISK/(STRATA) PRED ZDANENÍM		
Daň z príjmov	173	225
	<u>1 007</u>	<u>-8 740</u>
ZISK/(STRATA) PO ZDANENÍ		
OSTATNÝ SÚHRNNÝ ZISK		
Zisk/(strata) zo zabezpečovacích nástrojov po zdanení	0	175
CELKOVÝ SÚHRNNÝ ZISK/(STRATA) ZA ROK	<u>1 007</u>	<u>-8 565</u>
<i>Zisk/(Strata) za rok pripadajúca na:</i>		
Nekontrolný podiel ostatných vlastníkov dcérskych spoločností	557	-3 899
Akcionára spoločnosti	450	-4 841
CELKOM	<u>1 007</u>	<u>-8 740</u>
<i>Celkový súhrnný Zisk/(Strata) za rok pripadajúca na:</i>		
Nekontrolný podiel ostatných vlastníkov dcérskych spoločností	557	-3 782
Akcionára spoločnosti	450	-4 783
CELKOM	<u>1 007</u>	<u>-8 565</u>



Konsolidovaný výkaz o finančnej pozícii
k 31. decembru 2019
(v tis. EUR)

	31. decembra 2019	31. decembra 2018
AKTÍVA		
DLHODOBÉ AKTÍVA		
Budovy, stavby, stroje a zariadenia	73 050	69 355
Aktívum s právom na užívanie	3 031	0
Nehmotný majetok	2 463	2 748
Finančné investície	33	51
Dlhodobé pohľadávky	2	4
Dlhodobé aktíva celkom	<u>78 579</u>	<u>72 158</u>
OBEŽNÉ AKTÍVA		
Zásoby	34 663	37 664
Pohľadávky	29 108	33 081
Daňové pohľadávky	95	145
Peniaze a peňažné ekvivalenty	10 698	19 028
Obežné aktíva celkom	<u>74 564</u>	<u>89 918</u>
AKTÍVA CELKOM	<u>153 143</u>	<u>162 076</u>
VLASTNÉ IMANIE A ZÁVÄZKY:		
VLASTNÉ IMANIE		
Základné imanie	20 964	20 964
Ostatné rezervy	6 503	6 503
Ostatné fondy	106	106
Rezerva z kurzového prepočtu	-658	-663
Nerozdelený zisk/neuhrazená strata	-2 626	-3 076
Vlastné imanie celkom pripadajúce na akcionára spoločnosti	<u>24 289</u>	<u>23 834</u>
Nekontrolný podiel ostatných vlastníkov dcérskych spoločností	47 769	47 212
Vlastné imanie celkom	<u>72 058</u>	<u>71 046</u>
DLHODOBÉ ZÁVÄZKY		
Úver od spriaznenej osoby	21 895	21 895
Úvery a pôžičky	0	0
Finančný lízing	1 262	9
Odložený daňový záväzok	1 632	1 843
Zamestnanecké požitky	1 820	1 924
Iné dlhodobé záväzky	2 136	2 397
Dlhodobé záväzky celkom	<u>28 745</u>	<u>28 068</u>
KRÁTKODOBÉ ZÁVÄZKY		
Záväzky z obchodného styku a iné záväzky	47 054	53 389
Úvery a pôžičky	2 445	8 412
Finančný lízing	1 798	10
Daňové záväzky	15	5
Ostatné krátkodobé záväzky	1 028	1 146
Krátkodobé záväzky celkom	<u>52 340</u>	<u>62 962</u>
Záväzky celkom	<u>81 085</u>	<u>91 030</u>
VLASTNÉ IMANIE A ZÁVÄZKY CELKOM	<u>153 143</u>	<u>162 076</u>



2. ECONOMIC RESULTS

Consolidated Statement of Comprehensive Income for the year ended 31 December 2019 (in EUR thousand)

	2019	2018
Sales of own products and merchandise	201 578	204 506
Revenues from provided services	473	460
	<u>202 051</u>	<u>204 966</u>
Change in inventory	-1 645	4 480
Consumption of raw material and energy	-128 961	-142 810
Cost of merchandise sold	-3 094	-4 785
Costs of services	-23 383	-27 250
Labour costs	-34 822	-34 782
Depreciation and Amortisation	-8 108	-6 420
Other operating costs	-2 848	-2 882
Other revenue	2 299	1 343
Interest expense	-362	-412
Other financial costs	-293	-413
	<u>834</u>	<u>-8 965</u>
PROFIT/(LOSS) BEFORE TAX		
Corporate income tax	173	225
	<u>1 007</u>	<u>-8 740</u>
PROFIT/(LOSS) FOR THE PERIOD		
OTHER COMPREHENSIVE INCOME		
Profit/(loss) from hedging instruments after tax	0	175
TOTAL COMPREHENSIVE INCOME /(LOSS) FOR THE YEAR	<u>1 007</u>	<u>-8 565</u>
<i>Profit/(loss) for the year attributable to:</i>		
Non-controlling interests	557	-3 899
Owners of the parent Company	450	-4 841
TOTAL	<u>1 007</u>	<u>-8 740</u>
<i>Total Comprehensive Income/(loss) for the year attributable to:</i>		
Non-controlling interests	557	-3 782
Owners of the parent Company	450	-4 783
TOTAL	<u>1 007</u>	<u>-8 565</u>



**Consolidated Statement of Financial Position
as of 31 December 2019
(in EUR thousand)**

	31 December 2019	31 December 2018
ASSETS		
NON-CURRENT ASSETS		
Property, plant and equipment	73 050	69 355
Right of use assets	3 031	0
Intangible assets	2 463	2 748
Investment property	33	51
Non-current receivables	2	4
Total non-current assets	78 579	72 158
CURRENT ASSETS		
Inventories	34 663	37 664
Trade receivables	29 108	33 081
Tax receivables	95	145
Cash and cash equivalents	10 698	19 028
Total current assets	74 564	89 918
TOTAL ASSETS	153 143	162 076
EQUITY AND LIABILITIES:		
EQUITY		
Share capital	20 964	20 964
Other reserves	6 503	6 503
Other funds	106	106
Translation reserve	-658	-663
Retained earnings	-2 626	-3 076
Total equity attributable to the shareholder of the Company	24 289	23 834
Non-controlling interests	47 769	47 212
Total equity	72 058	71 046
NON-CURRENT LIABILITIES		
Loans obtained from related party	21 895	21 895
Loans and borrowings	0	0
Financial leasing	1 262	9
Deferred tax liability	1 632	1 843
Employee benefits	1 820	1 924
Other non-current liabilities	2 136	2 397
Total non-current liabilities	28 745	28 068
CURRENT LIABILITIES		
Trade and other liabilities	47 054	53 389
Loans and borrowings-current portion	2 445	8 412
Financial leasing-current portion	1 798	10
Tax liabilities	15	5
Other current liabilities	1 028	1 146
Total current liabilities	52 340	62 962
Total liabilities	81 085	91 030
TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	153 143	162 076



3. SKUPINA SHP

VÝROBNÉ SPOLOČNOSTI

SHP Harmanec, a.s.

Harmanec, Slovenská republika

Papierenský stroj PS 7: kapacita 46 000 t/rok
Spracovanie: toaletný papier, papierové
vreckovky, kuchynské utierky, obrúsky na tvár,
skladané utierky

3. SHP GROUP

PRODUCTION COMPANIES

SHP Harmanec, a.s.

Harmanec, Slovak Republic

Paper machine PM 7: capacity 46 000 t/year
Production: toilet paper, paper towels, kitchen
towels, facial tissues, folded towels

Základné údaje <i>Basic data</i>		2018	2019	2019/2018 (%)
Predajná produkcia <i>Saleable production</i>	t	50 704	45 767	-9,7%
Investície <i>Investments</i>	tis. EUR EUR ths.	521	229	-56,0%
Zamestnanci - priemer <i>Employees - average</i>	Osoby <i>Persons</i>	483	437	-9,5%

V oblasti produkcie papiera sme medziročne zvýšili celkovú účinnosť výroby na PS7 o 2 %, zároveň však znižujeme naďalej priemerné plošné hmotnosti ovplyvňované požiadavkami trhu. Toto spôsobuje nižšiu celkovú výrobu v tonách, t.z. pri znižovanej priemernej gramáži papiera.

Na spracovaní papiera do finálnych produktov sme sa zameriavali na projekty zvyšovania celkovej účinnosti (OEE) výroby, kde sme dosiahli významné zlepšenia, cca o 10 % na linkách vyrábajúcich skladané výrobky resp. o 5 % na strojoch určených pre výrobky rolované.

V oblasti investičnej činnosti sa závod v Harmanci zaoberal realizáciou investičných akcií s krátkou návratnosťou do inovatívnych zákazníckych riešení a rastu automatizácie. Týmto aktivitám boli podriadené aj projekty a náklady údržby a investícií, či už v oblasti výroby papiera (rekonštrukcia POPE navíjovača, prítlačného valca), tak aj v oblasti spracovania - optimalizácia výroby na linke FA 2 vyrábajúcej facial tissue produkty po jej automatizácii.

In the area of paper production, we increased the overall production efficiency on PM7 by 2% year-on-year, but at the same time we continue to reduce the average flat weights driven by market requirements. This results in lower total production in tonnes, i.e. at reduced average paper weight.

On the processing of paper into final products, we focused on projects to increase the overall efficiency (OEE) of production, where we achieved significant improvements, about 10% on lines producing folded products or by 5% on machines for rolled products.

In the area of investment activities, the Harmanec plant dealt with the implementation of investment projects with a short return on innovative customer solutions and automation. Projects and costs of maintenance and investments were also subordinated to these activities, both in the area of paper production (reconstruction of POPE winder, pressure roller) and in the area of processing - optimization of production on the FA 2 line producing facial tissue products after its automation.

**SHP Slavošovce, a.s.****Slavošovce, Slovenská republika**

Papierenský stroj PS 8: kapacita 19 000 t/rok

Spracovanie: papierové obrúsky

SHP Slavošovce, a.s.**Slavošovce, Slovak Republic**

Paper machine PM 8: capacity 19 000 t/year

Production: paper napkins

Základné údaje <i>Basic data</i>		2018	2019	2019/2018 (%)
Predajná produkcia <i>Saleable production</i>	t	15 747	14 391	-8,6%
Investície <i>Investments</i>	tis. EUR EUR ths.	1 056	292	-72,3%
Zamestnanci - priemer <i>Employees - average</i>	Osoby <i>Persons</i>	255	252	-1,2%

V roku 2019 sme vykonali generálnu opravu sušiaceho valca na papierenskom stroji. Po generálnej oprave stroj opäť pracuje v stabilnom režime. Spoločnosť realizovala projekt na prestavbu Paro-kondenzačného systému. Medziročná úspora po úspešnom ukončení projektu predstavovala 9,4% v spotrebe zemného plynu.

Na spracovateľských linkách došlo k veľkej zmene sortimentnej skladby. Zvýšeným výkonom spracovateľských liniek sme dokázali zvýšiť objem výroby v počte kusov daných obrúskov o 6,5%.

Úspešne sme začali s postupným presunom výroby zo závodu Paloma, kde sme zaznamenali aj prvé objemy pre koncového odberateľa na TCF papier na nemecký trh, bez pripomienok. Daný projekt je jedným z nosných aj do nasledujúceho obdobia, kedy očakávame zmenu zákazníckeho portfólia pre zákazníkov Palomy v celkovom objeme do 5% celkovej kapacity závodu.

Nakoľko skupina SHPGroup momentálne alokuje svoje kapacity na prípravu nového papierenského stroja v sesterskom výrobnom závode Paloma Sladki Vrh, v oblasti investičnej činnosti sa závod v Slavošovciach zaoberal realizáciou investičných akcií s krátkou návratnosťou do inovatívnych zákazníckych riešení a rastu automatizácie. Týmto aktivitám boli podriadené aj projekty a náklady údržby a investícií.

In 2019, we overhauled the drying roller on a paper machine. After an overhaul, the machine is operating in stable mode again. The company implemented a project for the reconstruction of the Steam-condensing system. YoY savings after the successful completion of the project represented 9.4% in the gas consumption.

There was a big change in the assortment composition on the processing lines. With the increased output of processing lines, we were able to increase the production volume in the number of pieces of the napkins by 6.5%.

We successfully started with the gradual transfer of production from the Paloma plant, where we also recorded the first volumes for the end customer on TCF paper to the German market, without any comments. The project is one of the mainstays for the next period, when we expect a change in the customer portfolio for Paloma customers up to 5% of the total plant capacity.

As the SHPGroup group is currently allocating its capacity for the preparation of a new paper machine at the sister production plant Paloma Sladki Vrh, in the area of investment activities the plant in Slavošovce was engaged in the implementation of investment projects with short returns to innovative customer solutions and automation. Projects and costs of maintenance and investments were also subordinated to these activities.

**SHP Celex, a.d.****Banja Luka, Bosna a Hercegovina**Papierenský stroj PS 2: kapacita **40 000 t/rok**

Spracovanie: toaletný papier, kuchynské utierky, papierové vreckovky, papierové obrúsky

SHP Celex, a.d.**Banja Luka, Bosnia and Herzegovina**Paper machine PM 2: capacity **40 000 t/year**

Production: toilet paper, kitchen towels, paper napkins, paper towels

Základné údaje <i>Basic data</i>		2018	2019	2019/2018 (%)
Predajná produkcia <i>Saleable production</i>	t	37 930	37 817	-0,3%
Investície <i>Investments</i>	tis. EUR EUR ths.	1 028	334	-67,5%
Zamestnanci - priemer <i>Employees - average</i>	Osoby <i>Persons</i>	299	261	-12,7%

Tržby roku 2019 síce poklesli oproti minulému roku, no výsledok sa výrazne zlepšil najmä v dôsledku poklesu vstupných cien hlavných surovín (buničiny).

Z pohľadu výroby dosiahol papierenský stroj PS2 dobrý výkon a množstvo vyrobeného papiera prekročilo plán. Bolo to spôsobené efektívnym časovým využitím stroja.

Konvertovacie linky znížili úroveň spotreby niektorých vstupných surovín.

Veľký investičný projekt (AfH - projekt) bol zahájený v druhej polovici roka 2019.

Účelom tohto projektu je koncentrácia výroby v závode SHP Celex, a následné zvýšenie trhového podielu na Balkáne. Ukončenie projektu AfH je naplánované na rok 2020.

Although revenue in 2019 decreased compared to last year, the result improved considerably mainly due to the decrease of input prices of main raw materials (pulp).

From the production point of view paper machine PM2 has maintained good performance in production of paper exceeding the plan, which was caused mainly by good time efficiency.

Converting lines reduced their consumption levels of some raw materials.

Major investment project (AfH – project) was launched in the second half of the year 2019.

Purpose of this project is the concentration of production in Celex plant, and consequent increase of the market share in Adria region. Finalization of AfH project is planned for 2020.

**Paloma, d.d.****Sladki Vrh, Slovinsko**

Papierenské stroje:

PS 3: kapacita 12 000 t/rok (odstavený 4/2019)

PS 4: kapacita 12 000 t/rok

PS 5: kapacita 14 000 t/rok

PS 6: kapacita 37 000 t/rok (odstavený 6/2020)

Spracovanie: toaletný papier, papierové vreckovky, papierové obrúsky, kuchynské utierky, obrúsky na tvár, skladané utierky

Paloma, d.d.**Sladki Vrh, Slovenia**

Paper machines:

PM 3: capacity 12 000 t/y (shut down 4/2019)

PM 4: capacity 12 000 t/y

PM 5: capacity 14 000 t/y

PM 6: capacity 37 000 t/y (shut down 6/2020)

Production: toilet paper, paper napkins, paper towels, kitchen towels, facial tissues, folded towels

Základné údaje <i>Basic data</i>		2018	2019	2019/2018 (%)
Výroba produktov <i>Production of products</i>	t	62 781	57 477	-8,4%
Investície <i>Investments</i>	tis. EUR EUR ths.	1 574	8 165	+418,7%
Zamestnanci -priemer <i>Employees - average</i>	Osoby <i>Persons</i>	590	574	-2,7%

PS 3 bol odstavený z prevádzky a demontovaný v apríli 2019, z tohto dôvodu došlo k dočasnému zníženiu kapacity výroby papiera.

Pozitívny výsledok roku 2019 možno pripísať predovšetkým nášmu úsiliu, napríklad zníženiu zásob hotových výrobkov a materiálov, zvýšeniu predajných cien hotových výrobkov a zníženiu fixných nákladov. Aj keď tržby klesli v porovnaní s rokom 2018 o 2%, podarilo sa nám zlepšiť hrubú maržu, náklady na tonu a produktivitu.

Najdôležitejším míľnikom v roku 2019 bolo povolenie ohľadne ochrany životného prostredia, ktoré umožnilo prechod od inžinierskej k realizačnej fáze projektu Impulz (nový papierenský stroj PS9 a nové sklady materských kotúčov). V roku 2019 boli vyrobené hlavné časti stroja a boli vykonané hlavné stavebné práce. V súčasnosti sa predpokladá uvedenie nového papierenského stroja PS9 do plnej prevádzky v poslednom štvrtroku 2020.

V roku 2019 spoločnosť Paloma zrealizovala investície v hodnote 7,3 milióna EUR, z čoho najväčšia časť vrámci projektu nového PS9.

PM 3 was shut down and dismantled in April 2019, which led to a temporary decrease in paper production capacity.

Positive result of 2019 can be primarily attributed to our efforts, such as reducing the inventories of finished products and materials, increasing sales prices of finished products and reducing fixed costs. Even though revenue decreased by 8% compared to 2018, we were able to improve gross margin, cost per tonne and productivity.

The most important milestone in 2019 was the environmental permit, which facilitated the shift from the engineering to the implementation phase of the Impulz Project (new paper machine PM9 and a new jumbo reel storage). In 2019, the main parts of the machine were manufactured, and the main construction works were carried out. Currently, the full operation of the new paper machine PM9 is expected in the fourth quarter of 2020.

In 2019, Paloma realized investments of EUR 7.3 million, main part thereof for project of new PM9.



OSTATNÉ SPOLOČNOSTI

SHP Intim Papir, d.o.o., Chorvátsko

Spoločnosť sa zaoberá konvertovaním polotovarov nakúpených vrámci skupiny SHP, a následným predajom hotových výrobkov na lokálnom trhu.

SHP Bohemia, s.r.o., Česká republika

SHP Zagreb, d.o.o., Chorvátsko

Spoločnosti sa zaoberajú distribúciou a predajom produktov skupiny SHP, pričom každá obsluhuje svoj lokálny trh.

ECOPAP s.r.o., Slovenská republika

PATEX & Co, spol. s r.o., Slovenská republika

Tieto spoločnosti zabezpečujú strategické zásobovanie spoločnosti SHP Harmanec, a.s. zberovým papierom. Realizujú jeho výkup, triedenie a dodávky do závodu v Harmanci, pričom papier, ktorý nie je vhodný pre výrobu v Harmanci, predávajú tretím stranám.

Paloma PIS, d.o.o., Slovinsko

Spoločnosť má štatút chránenej dielne. Jej hlavnou činnosťou je prebalovanie výrobkov pre Paloma d.d., výroba a predaj hotových výrobkov papierovej hygieny, oprava drevených paliet, čistenie administratívnych a iných priestorov, administratívne úlohy, sanačné činnosti, záhradnícke služby, externé kuriérske služby, predaj kvetov, suvenírov a novín.

OTHER COMPANIES

SHP Intim Papir, d.o.o., Croatia

The company is engaged in the conversion of semi-finished products purchased within the SHP Group and the subsequent sale of finished products on the local market.

SHP Bohemia, s.r.o., Czech Republic

SHP Zagreb, d.o.o., Croatia

Companies deal with the distribution and sale of SHP Group products, each serving its local market.

ECOPAP s.r.o., Slovak Republic

PATEX & Co, spol. s r.o., Slovak Republic

These companies provide strategic sourcing of waste paper to SHP Harmanec, a.s. They purchase, sort and supply the waste paper to Harmanec plant, while the paper not suitable for production in Harmanec is sold to third parties.

Paloma PIS, d.o.o., Slovenia

The Company has the status of a sheltered workshop. Its main activities are repackaging of products for Paloma d.d., manufacturing of ready-made paper hygiene products, repairs of wooden pallets, cleaning of administrative and other premises, administrative tasks, remediation activities, gardening services, external courier services, sales of flowers, souvenirs and newspapers, sales of hygiene paper products.



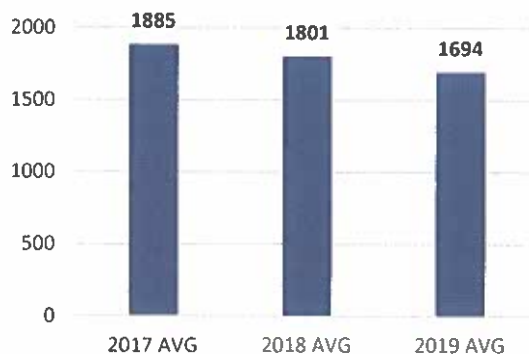
Ľudské zdroje

Vývoj zamestnanosti skupiny SHP v rokoch 2017-2019:

Human resources

Trend in employee numbers in 2017-2019:

Priemerný počet zamestnancov / *Average number of employees*



Zníženie počtu zamestnancov v rokoch 2018 a 2019 je následkom organizačných zmien súvisiacich s optimalizáciou a zvýšením efektívnosti na jednotlivých úrovniach riadenia.

The reduction in the number of employees in 2018 and 2019 is the result of organizational changes related to optimization and efficiency gains at individual management levels.

Stratégia ľudských zdrojov

Human resource strategy

Naša stratégia pre oblasť ľudských zdrojov, je zameraná na nasledovné oblasti:

Our HR strategy focuses on the following areas:

1. byť preferovaný zamestnávateľ v regióne, kde pôsobíme
2. silné zameranie našich zamestnancov na hodnoty spoločnosti v celej organizácii
3. zamestnanci sú ambasádormi našej značky
4. nábor a tréning podporujúci procesnú výnimočnosť.

1. to be the preferred employer in the region where we operate
2. strong focus of our employees on the company's values throughout the organization
3. employees are ambassadors of our brand
4. recruitment and training to support procedural excellence

V rámci realizácie uvedenej stratégie sme podporili rozvoj zamestnancov formou medzi-závodovej spolupráce a to ako v oblasti výroby, tak aj iných podporných činností. Nadviazali sme spoluprácu so strednými školami formou praxe študentov v našich výrobných prevádzkach a to najmä v oblasti výroby papiera, spracovania a údržby, ktorej cieľom je zabezpečenie kvalifikovanej pracovnej sily v budúcnosti.

As part of the implementation of this strategy, we supported the development of employees in the form of inter-plant cooperation, both in the production field and other support activities. We have established cooperation with secondary schools in the form of student internships in our production facilities, especially in the field of paper production, processing and maintenance, the aim of which is to ensure qualified workforce in the future.



Vzdelávanie zamestnancov

Odborné znalosti a skúsenosti zamestnancov sú najvyššou konkurenčnou výhodou, preto ich podporujeme zabezpečením relevantných školení, kurzov, účasťou na svetových veľtrhoch a výstavách. V roku 2019 sme podporili vzdelávanie a rozvoj našich zamestnancov prostredníctvom programov zameraných na manažérske, odborné a profesijné zručnosti. Kľúčovou iniciatívou bola pokračujúca implementácia „Rockefellerových návykov“ ako systému riadenia a výkonového manažmentu, ktoré pomáhajú spoločnosti dosahovať strategické ciele a zamestnancom rozvíjať sa a rásť.

Sociálny program

V rámci sociálneho programu sme zamestnancom poskytli rôzne benefity vo forme príspevkov na stravu, pracovné a životné jubileá, sociálnu výpomoc zamestnancom a ich rodinným príslušníkom v mimoriadnych životných udalostiach. Zamestnancom prispievame aj na regeneráciu a športové aktivity s cieľom podporiť startostlivosť o svoje zdravie.

Životné prostredie

Enviromentálne správanie výrobných spoločností skupiny sa odzrkadľuje v zlepšených ukazovateľoch produkcie emisií do ovzdušia, dodržiavaním čistoty odpadových vôd a zvyšujúcim sa podielom zhodnocovania odpadov. Zvyšovanie podielu zhodnocovania papierových odpadov pri výrobe hygienických výrobkov s vyššou belosťou je ekologickou prioritou skupiny. Spoločnosť SHP Harmanec, a.s sa špecializuje na výrobu hygienických výrobkov z recyklovaného papiera, pričom vo výrobnom procese sa zhodnotí viac než 50 000 ton (57 000 ton v roku 2019) odpadových papierov na ročnej báze.

Employee's training

The professional knowledge and experience of employees are the highest competitive advantage, so we support them by providing relevant training, courses, participation in world fairs and exhibitions. In 2019, we supported the education and development of our employees through programs focused on managerial, professional and specialist skills. A key initiative was the continued implementation of "Rockefeller's habits" as a management and performance management system that helps the company achieve strategic goals and empower employees to develop and grow.

Social program

As part of the social program, we provided employees with various benefits in the form of food allowances, work and life anniversaries, social assistance to employees and their family members in extraordinary life events. We also contribute to the relax and sports activities of our employees in order to support care for their health.

Environment

The environmental behaviour of the Group's manufacturing companies is reflected in improved indicators of emissions to air, compliance with waste water purity and in increasing share of waste recovery. Increasing the share of recycling paper waste in the production of hygienic products with higher whiteness is the Group's environmental priority. SHP Harmanec, a.s. specializes in the production of hygienic products from recycled paper, with more than 50 000 tonnes (57 000 tonnes in 2019) of waste paper being recycled on a yearly basis in the production process.



Analýza a riadenie rizík

Činnosti, ktoré Skupina 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 nástrojov je zamerané najmä na zabezpečenie finančných prostriedkov na prevádzku alebo na investovanie.

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

Kurzové riziko je riadené pravidelným monitorovaním pohybov výmenných kurzov. Kurzové riziko súvisiace s obchodnými vzťahmi so zákazníkmi a dodávateľmi je nízke/mierne, keďže väčšina vývozných a dovozných transakcií sa vykonáva v našej domácej mene Euro. Všetky zdroje financovania sú v mene Euro. Hlavné kurzové riziko je spojené s buničinou, ktorej cena závisí od kolísania kurzu EUR/USD, pretože trhové ceny buničiny sú stanovené denne v USD.

Súvisí to s rizikom kolísania cien vstupných materiálov, najmä celulózy. Pohyb cien je externý faktor, ktorý je dôsledne monitorovaný, a nákup je diverzifikovaný na viacero dodávateľov.

Skupina 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 transakcie sa vykonávajú len prostredníctvom renomovaných finančných inštitúcií.

Risk analysis and management

The Group's activities expose it to certain financial risks: market risk (including exchange rate and interest rate risk) credit risk and liquidity risk. The principal financial instruments include trade receivables and payables. The use of these financial instruments is mainly aimed at securing funds for operations or investing.

The Group does not use derivative instruments to manage commodity price risk. Purchases of material are executed at current market prices under annual contracts.

The foreign exchange risk is managed by regular monitoring of exchange rate movements. The foreign exchange risk with regard to business relationships with customers and suppliers is low/moderate as most export and import transactions are conducted in our domestic currency, the EUR. All sources of financing are in EUR. The main foreign exchange risk is associated with pulp, which price depend on EUR/USD fluctuations since pulp market prices are established on a daily basis in USD.

This is connected to the risk of fluctuations of input material prices, mainly pulp. Movement of prices is external factor which is scrupulously monitored, and the purchase is diversified to several suppliers.

The Group is not exposed to significant concentration of credit risk. It has policies in place to ensure sales of products and services to customers with acceptable reputation and uses insurance of receivables. Cash transactions are limited to high quality financial institutions.



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

V súlade s kritériami na organizovanie a vybavenie hasičských jednotiek v spoločnostiach, skupina riadi riziko požiaru profesionálnymi hasičmi, ktorí sú neustále v pohotovosti. Ich primárnou úlohou je prijímať preventívne opatrenia, minimalizovať riziko požiaru a maximalizovať požiaru bezpečnosť ľudí a majetku. Skupina zaviedla kontrolu protipožiarnej ochrany a systém hasiacich prístrojov a hydrantových sietí.

Prudent liquidity risk management assumes keeping the sufficient cash position, the availability of fund raising through adequate contractual credit lines and the ability to close market positions. Given the dynamic nature of the business, the Group seeks to maintain flexibility by ensuring the continued availability of credit lines as well as matching income from financial assets with financial needs.

In compliance with the criteria for organising and equipping fire-fighting units in companies, the Group manages the fire risk with professional firefighters who are in emergency 24/7. Their primary role is to take preventive action and to minimise the fire risk and maximise the fire security of people and assets. The Group has implemented a fire protection system control and fire extinguisher and hydrant network servicing system.



4. Doplňujúce informácie

Výdavky na činnosť výskumu a vývoja

V roku 2019 skupina 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 2019 skupina nevykonávala v tejto oblasti žiadnu činnosť.

Návrh o spôsobe rozdelenia/vysporiadania hospodárskych výsledkov za rok 2019

Predstavenstvo spoločností navrhne valným zhromaždeniam jednotlivých spoločností presun hospodárskych výsledkov na účet nerozdeleného výsledku hospodárenia minulých rokov.

Informácia o organizačných zložkách v zahraničí

SHP Harmanec, a.s. v zahraničí prostredníctvom organizačných zložiek nepodniká.

Predpokladaný vývoj skupiny v roku 2020

Skupina pokračuje v zavádzaní opatrení, ktoré boli prijaté v minulom roku a zameriavajú sa prevažne na zníženie variabilných a režijných nákladov, optimalizáciu pracovného kapitálu, zvýšenie produktivity, dodržiavanie parametrov kvality, čím prispievajú k rastu pridanej hodnoty výrobkov vyrábaných v skupine.

SHP Group sa aj naďalej bude zameriavať na budovanie silnej firemnej kultúry a rozvoj kompetencií svojich zamestnancov.

Skupina bude riadiť cenovú politiku s cieľom udržať profitabilitu výrobkov. Jeden z hlavných cieľov je získať dostatočný objem na optimálne vyťaženie svojich výrobných kapacít konvertingu. Skupina sa zameriava na získanie objemu u kľúčových distribútorov operujúcich na DACH trhoch ako priamy dodávateľ výrobkov.

4. Additional information

Expenditure on research and development activities

The Group has not performed activities in the field of research and development.

Acquisition of own shares, temporary certificates, and shares, temporary certificates and shares of the parent entity

The Group did not perform any activity in this area in 2019.

The proposal for distribution/settlement of results achieved in 2019

The Board of Directors proposed to the General meetings of individual Group companies to transfer the results to retained earnings.

Information on the branches abroad

SHP Harmanec, a.s. does not carry out business through branches abroad.

Expected development of the Group in 2020

The Group continues to implement the measures adopted last year and focus mainly on reducing the variable and overhead costs, optimizing working capital, increasing productivity, adhering to quality parameters, thereby contributing to the increasing added value of products produced by the Group.

SHP Group will continue to focus on building the strong corporate culture and developing the competencies of its employees.

The Group will manage its pricing policy in order to maintain the profitability of its products. One of the main goals is to obtain sufficient volume for optimal utilization of converting production capacities. The group focuses on gaining volume from key distributors operating in the DACH markets as a direct supplier of products.



Prioritou obchodného tímu v druhej polovici roka 2020 je konsolidácia objemov hlavne v segmente privátnych značiek, Away from Home a Decor.

Vzhľadom na implementáciu vyššie uvedených politik plánuje skupina v roku 2020 dosiahnuť EBITDA vo výške 18,8 milióna EUR.

Kľúčovým prebiehajúcim investičným projektom je inštalácia nového papierenského stroja v slovinskom závode Paloma. Stavebná časť bola ukončená, prebieha demontáž starého papierenského stroja a príprava na inštaláciu nového. Spustenie stroja je plánované v 4. kvartáli roka 2020. Bude viesť k výraznému zvýšeniu výrobných kapacít, ako aj k zefektívneniu výroby v tomto závode.

Udalosti po dátume súvahy

V januári 2020 predstavenstvo Spoločnosti SHP Harmanec rozhodlo o zrušení dcérskej spoločnosti SHP Intim Papir, d.o.o. ako súčasť plánu na centralizáciu výroby segmentu AfH v dcérskej spoločnosti Celex. Dňom 11. februára 2020 spoločnosť SHP Intim Papir, d.o.o. vstúpila do likvidácie.

V nasledujúcich rokoch je plánovaná úplná integrácia spoločnosti Paloma PIS d.o.o. do spoločnosti Paloma d.d. Zohľadnia sa právne, finančné, daňové a sociálne aspekty. Vzhľadom na dlhodobú povahu rozhodnutia nie je definovaná stratégia a časový harmonogram. Konečné rozhodnutie o budúcej reorganizácii nebolo do dňa vydania tejto výročnej správy prijaté.

V januári 2020 Skupina uzatvorila úverovú zmluvu s UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., výška úverového limitu je 21,3 mil. EUR. Úver je účelovo viazaný na financovanie rozvoja výrobného závodu Paloma - výstavbu nového skladu a obstaranie nového papierenského stroja.

The priority of the sales team in the second half of 2020 is the consolidation of volumes, mainly in the segment of private labels, Away from Home and Decor.

Due to the implementation of the above policies, the Group plans to achieve EBITDA of EUR 18.8 million in 2020.

A key ongoing investment project is the installation of a new paper machine at the Paloma plant in Slovenia. The construction part has been completed, the old paper machine is being dismantled and preparation for the installation of a new one is ongoing. The start of the machine is planned for the 4th quarter of 2020. It will lead to a significant increase in production capacity, as well as to more efficient production at this plant.

Subsequent events

In January 2020, the Board of Directors of SHP Harmanec decided to liquidate the subsidiary SHP Intim Papir, d.o.o. as part of a plan to centralize AfH segment production at the Celex subsidiary. On 11 February 2020, SHP Intim Papir, d.o.o. entered into liquidation.

In the coming years, the full integration of Paloma PIS d.o.o. with the company Paloma d.d. is planned. Legal, financial, tax and social aspects will be considered. Due to the long-term nature of the decision, the strategy and timeline of integration are not defined. A final decision on the future reorganization has not yet been taken.

In January 2020, the Group entered into a loan agreement with UniCredit Bank Czech Republic and Slovakia, a.s., the amount of the credit limit is EUR 21.3 million. The loan is bound to finance the development of the Paloma production plant - the construction of the new warehouse and the acquisition of the new paper machine.



Na konci roku 2019 sa prvýkrát objavili správy z Číny týkajúce sa COVID-19 (Coronavirus). V prvých mesiacoch roku 2020 sa vírus rozšíril do celého sveta a negatívne ovplyvnil hospodárstvo v mnohých krajinách. V čase zverejnenia tejto výročnej správy vedenie Skupiny nezaznamenalo pokles predaja, ani iné negatívne dopady na likviditu, financovanie alebo činnosť. Jediný významnejší efekt bol krátkodobý strmý nárast tržieb v marci 2020, ktorý by sa mal podľa predpokladov na celoročnej báze vyrovnáť. Nakoľko sa však situácia neustále mení, nemožno predvídať budúce účinky. Manažment nevidí žiadne ohrozenie predpokladu nepretržitého pokračovania v činnosti (going concern), no bude pokračovať v monitorovaní potenciálneho dopadu a podnikne všetky možné kroky na zmiernenie akýchkoľvek negatívnych účinkov na Skupinu, jej zamestnancov a zákazníkov.

Okrem vyššie uvedeného nenastali od 31. decembra 2019 do dňa zostavenia tejto výročnej správy žiadne ďalšie udalosti, ktoré by si vyžadovali zverejnenie alebo vykázanie v konsolidovanej výročnej správe za rok 2019.

Zostavené dňa: 8. 7. 2020


Ing. Richard Žigmund, MBA.
Generálny riaditeľ / CEO

predseda predstavenstva / Chairman of BoD

At the end of 2019, news from China concerning COVID-19 (Coronavirus) appeared for the first time. In the first months of 2020, the virus spread worldwide and negatively affected the economies of many countries. At the time of publication of this annual report, the Group's management did not record a decrease in sales or other negative effects on liquidity, financing or operations. The only significant effect was the short-term sharp rise in sales in March 2020, which is expected to offset on a full-year basis. However, as the situation is constantly changing, future effects cannot be predicted. Management sees no risk of going concern, but will continue to monitor the potential impact and take all possible steps to mitigate any adverse effects on the Group, its employees and customers.

Except for the above, no significant events have occurred after 31 December 2019 and before this Annual report was prepared that would require recognition or disclosure in the Consolidated Annual report for the year 2019.


Dipl. Ing. Dr. techn. Stevan Lomič
Skupinový technický riaditeľ / Group Technical Director
člen predstavenstva / Board member