
Výročná správa spoločnosti

Metsä Tissue Slovakia s.r.o.
(člen skupiny **Metsä Group**)

2021



**Celulózka 3494, 011 61 Žilina, Slovenská
republika**

OBSAH

1	ÚVODNÉ SLOVO	3
2	PROFIL SPOLOČNOSTI.....	4
2.1	Identifikačné údaje	4
2.2	História a súčasnosť.....	5
2.3	Vízia, stratégia a misia	9
3	NÁKUP	10
4	VÝROBA.....	12
4.1	Technológia.....	12
4.2	Výrobný proces	12
4.3	Investičný a technologický rozvoj.....	13
5	PREDAJ.....	14
6	MARKETING	15

1 ÚVODNÉ SLOVO

V roku 2021 odvetvie výroby tissue papiera zaznamenalo začiatkom roka vplyv reštriktívnych opatrení spoločností na dopyt po tissue papieri na verejných priestranstvách. V druhej polovici roka drastický nárast cien energií v Európe pripravil spoločnosť Metsä Tissue o možnosť dosiahnutia zisku vo svojich prevádzkach.

Predaj skupiny Metsä Tissue dosiahol v roku 2021 celkový objem 946,7 mil.EUR (2020: 1011,9 mil.EUR) a porovnateľný prevádzkový výsledok bol -9,7 mil.EUR (2020: 113,8 mil.EUR). Podobne sa vyvíjal výsledok Metsä Tissue Slovakia - za rok 2021 dosiahla tržby vo výške 104 mil.eur - takmer na porovnateľnej úrovni ako v r.2020 (109 mil.EUR). Prevádzkový výsledok spoločnosti -4,4 mil.EUR (2020: 5,88 mil.EUR) bol jednoznačne horší ako v predchádzajúcom roku.

Náklady na suroviny a energie sa začali zvyšovať v prvej polovici roka a tento nárast sa zrýchlil v druhej polovici roka. Ceny energií sa zvýšili obzvlášť prudko vo štvrtom štvrtroku. Spoločnosť nebola schopná premietnuť zvýšenie nákladov do cien konečných výrobkov, v dôsledku čoho prevádzkový výsledok vykazuje stratu

Taktiež pretrváva neistota, aký vplyv bude mať pandémie na krátkodobý dopyt po výrobkoch. Očakáva sa, že dopyt po výrobkoch z tissue papiera bude rásť, keďže obmedzenia zavedené v dôsledku pandémie sa budú naďalej rušiť.

S cieľom obnoviť ziskovosť spoločnosť reaguje na zvýšenie nákladov na suroviny, energie a iné náklady zvýšením cien a príplatkami.

Manažment Metsä Tissue

2 PROFIL SPOLOČNOSTI

2.1 Identifikačné údaje:

Obchodné meno:	Metsa Tissue Slovakia s.r.o.
Sídlo spoločnosti:	Celulózka 3494 011 61 Žilina
Registrácia:	OR Okresný súd Žilina Odd. Sro. vložka č. 53581/L
Predmet činnosti:	zameriavame sa najmä na výrobu a predaj tissue papiera, hygienických papierových výrobkov ako je toaletný papier, hygienické vreckovky, kuchynské utierky.

Naša výrobná činnosť a obchodné aktivity sú podporované ďalšími členskými spoločnosťami v rámci celej Metsä Group, na čele ktorej je 125 000 vlastníkov-členov, ktorí poskytujú vysoko kvalitné drevné suroviny a lesné energie pre výrobné jednotky.

Štruktúra vlastníkov a správnych orgánov spoločnosti:

Metsa Tissue Slovakia s.r.o., Žilina je od 2. októbra 2010 stopercentnou dcérskou spoločnosťou obchodnej spoločnosti Metsä Tissue Oyj, Revontulenpuisto 2, Espoo 021 00, Fínsko. Do 2. októbra 2010 bol jediným akcionárom spoločnosť Dambi Aktienbolag, Mariestad, Švédsko.

Spoločnosť Metsa Tissue Slovakia s.r.o. nemá organizačnú zložku v zahraničí.

2.2 História a súčasnosť

Spoločnosť Metsä Tissue Slovakia s.r.o. vznikla v roku 1998, keď ešte fungovala pod obchodným názvom Tento Slovakia, a.s.. V roku 2006 spoločnosť Metsä Tissue Oyj, Helsinki, Fínsko získala nepriamu kontrolu nad podnikom Tento Slovakia, a.s. Žilina, Slovenská republika. Ku dňu 30.06.2007 sa spoločnosť Tento Slovakia, a.s. zlúčila so spoločnosťou Tento, a.s., ktorá zanikla bez likvidácie. Po zlúčení nástupnícka spoločnosť zmenila obchodné meno na Metsä Tissue, a.s. a stala sa právnym nástupcom zaniknutej spoločnosti Tento, a.s., Žilina. V októbri 2010 došlo k zmene právnej formy z akciovej spoločnosti na spoločnosť s ručením obmedzeným a k zmene obchodného mena Spoločnosti na Metsä Tissue Slovakia s.r.o. V roku 2021 neboli uskutočnené žiadne významné vlastnícke zmeny.

Materská spoločnosť Metsä Tissue Oyj, fínska spoločnosť, je súčasťou skupiny Metsäliitto Group (Metsä Group). Spoločnosť dováža, vyrába a obchoduje s papierovými vreckovkami, pergamenovým papierom a inými papierovými výrobkami a textilnými vláknami ako aj ich vedľajšími produktmi. Do portfólia výrobkov patria tiež papierové produkty pre varenie a pečenie (papier na pečenie). Spoločnosť ďalej pôsobí v oblasti výroby a distribúcie energie, veľkoobchodu a podniká v hotelierstve a v reštauračných zariadeniach. Spoločnosť Metsä Tissue pôsobí na európskom trhu prostredníctvom svojich jedenástich výrobných jednotiek vo Fínsku, Nemecku, Poľsku, Rusku, na Slovensku a vo Švédsku. Medzi značky spoločnosti patria nasledujúce: Lambi, Tento, Serla, Mola, KATRIN, SAGA.

Po významných reštrukturalizačných zmenách v predchádzajúcich rokoch (implementácia nového ERP systému, outsourcing finančných činností do finančného centra v Poľsku), prišla na rad tiež implementácia novej stratégie spoločnosti a rozvoja firemnej kultúry. Harmonizácia firemnej kultúry, ktorej základom je jednotné logo s hlavou losa, pevne zjednotila všetky prevádzky Metsä



Group. Silná značka významne prispieva k finančnému úspechu tým, že oddeľuje spoločnosť od konkurentov a vytvára jasnú konkurenčnú výhodu.

Skupina Metsä Tissue začala ešte v decembri 2018 prieskum jednotlivých firemných procesov v rámci organizačnej štruktúry, s cieľom zvýšiť ich internú efektívnosť, znížiť jej komplexnosť a zamerať sa na hlavný biznis. Začiatkom roka 2019 sa uskutočnila druhá fáza menovania a zmien organizačnej štruktúry na podporu efektívneho naplnenia stratégie Metsä Tissue, na urýchlenie zmien a zvýšenie zodpovedností na lokálnej úrovni.

Predchádzajúce riadenie Tissue skupiny, rozdelené na 4 obchodné jednotky (Consumer Nordics, Consumer Continental, Away-from-Home, Baking and Cooking), nahradil nový model riadenia založený na procesoch (nákup, výroba, predaj a marketing, dodávateľský reťazec, financie a kontroľing, ako aj manažment a podpora). Cieľom je optimalizácia funkcií nielen vo vedení ale aj na regionálnej a lokálnej úrovni. Neposledným cieľom zmeny modelu riadenia je výrazne znížiť organizačné úrovne a taktiež umožniť lokálnym zamestnancom podieľať sa na každodenných obchodných aktivitách podľa pokynov prevádzkového riadiaceho tímu. Zároveň Metsä Tissue bude naďalej implementovať silné globálne obchodné procesy.

V súvislosti s výskytom pandémie Covid 19 boli všetky povinné a opakované školenia v oblasti BOZP a PO v roku 2021 vykonávané v zmysle nariadení Vlády SR, UVZ a vedenia spoločnosti.

Boli vykonávané za podmienok prísneho dodržiavania hygienických opatrení a dodržania stanoveného počtu účastníkov. Okrem bežného spôsobu školenia – prezenčnou formou, boli školenia vykonávané aj formou on-line.

- Vstupné školenia BOZP a PO pre nových zamestnancov, agentúrnych zamestnancov ako aj zamestnancov dodávateľov boli vykonávané

priebežne, podľa potreby, vždy pred nástupom na výkon práce za dodržiavania prísnych hygienických opatrení, prezenčnou formou.

- V priebehu mesiacov február a marec 2021 absolvovali všetci zamestnanci kategórie „R“ opakované školenie BOZP a PO prezenčnou formou. Súčasťou opakovaného školenia bolo aj školenie „General Safety Induction for Europe mills“ formou e-laerningu.

Rekondičné pobyty – v zmysle rozhodnutia vedenia spoločnosti boli zrušené. Po uvoľnení opatrení bude Spoločnosť pokračovať v ich realizácii.

Pokračovala online výuka anglického jazyka pre zamestnancov prostredníctvom skupinových a individuálnych jazykových kurzov v rôznych úrovniach ovládania jazyka.

Z dôvodu ochrany zdravia pri práci a zabráneniu šírenia ochorenia COVID-19 Spoločnosť pokračovala v roku 2021 v testovaní PCR testami v súlade s požiadavkami manažérov. Testovanie ATG testami sa vykonávalo pravidelne podľa interných pokynov MT a nariadenia vlády.

Na dennej báze boli spracovávané reporty na COVID-19 (evidencia pozitívnych zamestnancov, zamestnancov v karanténe v rodine a na pracovisku).

Našťastie pandémie COVID-19 nemala negatívny dopad na obmedzenie výroby z dôvodu výpadku zamestnancov. Nariadená bola práca z domu „Home office“ pre zamestnancov, ktorým to práca umožňuje.

Riadenie bezpečnosti v Spoločnosti sa neustále aktualizuje. Naďalej vyvíja úsilie „nulovej úrazovosti“ vo svojom závode v Žiline, a to sprísnením požiadavky na používanie osobných ochranných prostriedkov, špecifickým pravidlami, ktoré sa vzťahujú na všetky osoby v závode, vrátane návšteví. Spoločnosť okrem toho uviedla do praxe model analýzy pôvodnej príčiny úrazu (RCA), ktorý pomáha porozumieť nepriamym problémom, ktoré by mohli viesť k nehodám.

Spoločnosť sa správa ekologicky, z hľadiska vplyvu na životné prostredie zabezpečuje plnenie všetkých legislatívnych požiadaviek v danej oblasti. V roku 2021 spoločnosť zrealizovala v oblasti nákupu niekoľko úsporných projektov s priamym či nepriamym vplyvom na zníženie nákladov, ako aj pozitívnym vplyvom na životné prostredie znížením spotreby obalov.

V roku 2021 sa podarilo znížiť likvidáciu odpadu (t) skládkovaním na verejnej skládke až o 20% v porovnaní s rokom 2020.

Taktiež Spoločnosť sa sústreďuje na zefektívnenie starostlivosti o zelené plochy a stromy v areáli za účelom zabezpečenia bezpečnosti osôb, ochrany majetku a ochrany zelene.

Jednou zo strategických priorít celej skupiny Metsä Tissue je výskum a vývoj zameraný na neustále zlepšovanie kvality a úžitkových vlastností výrobkov. Síce bolo samostatné oddelenie výskumu a vývoja (CCT center) v roku 2019 zrušené, skupina Metsä naďalej pracuje na budovaní silnej a rastúcej obchodnej značky svojich produktov a tiež podporuje rôzne lokálne vývojové produktové projekty pre svoje jednotlivé obchodné jednotky. Projekt „Brand Journey“ ktorého cieľom je obnova našej značky s cieľom presadzovania produktových značiek Metsä tým, že sa stanú súčasťou spoločného príbehu Metsä. Dlhodobým cieľom je posilniť značku tým, že sa zdôrazní hodnota značky v zmysle trvalo udržateľného rastu.

Spoločnosť neúčtovala o nákladoch na výskum a vývoj v sledovanom období.

Návrh štatutárneho orgánu na vysporiadanie dosiahnutej straty za rok 2021 je preúčtovať ju na účet 429 - nerozdelená strata minulých období. Spoločnosť v priebehu roka 2021 nenadobudla žiadne vlastné akcie, dočasné listy, obchodné podiely a akcie, dočasné listy a obchodné podiely materskej spoločnosti. Okrem toho nenastali žiadne ďalšie skutočnosti osobitného významu.

2.3 Vízia, stratégia a misia

V uplynulom roku sa aktualizovala stratégia vlastníkov materskej spoločnosti skupiny Metsä, následne sa vypracovala spoločná obchodná stratégia skupiny s platnosťou predĺženou do roku 2025, ktorá upresňuje ako sa stratégia vlastníkov zavedie do praxe. V súlade so stratégiou je úlohou skupiny Metsä trvalo udržateľná výroba produktov. Po predstavení novej stratégie skupiny Metsä – dosiahnuť ziskový rast a rozvíjať sa v súlade s kritériami finančnej, spoločenskej a ekologickej zodpovednosti. Podnikanie skupiny a Spoločnosti je založené na obnoviteľných surovinách a recyklovateľných produktoch, kde nám poskytuje konkurenčnú výhodu drevo zo severských lesov spracovávané udržateľným spôsobom a rozsiahla odbornosť našich zamestnancov.

Nová stratégia by mala podporiť víziu skupiny Metsä - stať sa preferovaným partnerom pri vytváraní trvalo udržateľného biznisu.

Spoločnosť Metsä Tissue pokračuje aj v roku 2021 v realizácii svojej stratégie „Fit for Profitable Growth“ prostredníctvom strategických rozvojových projektov. Cieľom týchto projektov je zvýšiť ziskovosť a prevádzkovú efektívnosť:

- Bezpečnosť je prvoradá nielen z dôvodu pandémie COVID-19, Nulová úrazovosť
- V programe Lean offering (zoštíhlená ponuka) Spoločnosť pokračovala v zefektívňovaní svojho produktového portfólia s cieľom zvyšovať efektívnosť v súlade so stratégiou
- Implementácia programu Future Mill (závod budúcnosti) pokračovala v roku 2021 s cieľom zlepšiť efektívnosť výroby a výkonnosti v oblasti životného prostredia.
- Zvýšenie predajného úsilia na lokálnej úrovni
- Implementácia zjednotených procesov bola tiež dôležitou súčasťou našich akčných plánov v roku 2021

3 NÁKUP

Nákup v roku 2021 zaznamenal pri väčšine nákupných kategórií zvýšenú dynamiku nárastu nákladov, najmä z dôvodu pretrvávajúcej pandemickej situácie.

Od začiatku roka sa ceny buničiny postupne zvyšovali, hlavne u krátkeho vlákna, a napriek stabilizácii počas letných mesiacov kulminovali na historických maximách. Dostupnosť zberového papiera bola naďalej obmedzená, pričom dopyt po všetkých druhoch stúpал a prejavil sa na náraste cien hlavne u nižších tried, následne sa zvýšené náklady premietli do všetkých papierových obalov a komponentov. Vďaka stabilnej štruktúre dodávateľov, úprave receptúr polotovaru a zvýšenému využitiu odpadov z vlastnej produkcie boli objemy dostačujúce. Aj keď sa ceny zberového papiera v poslednom štvrťroku stabilizovali, nezaznamenali žiadny výrazný pokles.

Z pohľadu nákupu obalových materiálov bol rok 2021 stabilný, ale s vysokým nárastom cien polyetylénu, papiera aj dreva, a to hlavne začiatkom II.Q., a na vysokej úrovni naďalej kulminoval až do konca roka. Do konečnej ceny obalov sa premietol nielen nárast indexovaných surovín, ale aj zvýšenie cien potlačových farieb, vysoká energetická náročnosť, stúpajúce ceny dopravy a paliet.

Nárasty cien zaznamenali aj všetky druhy lepidiel, a to z dôvodu znížených výrobných kapacít vo svete. Napriek týmto faktorom neboli dodávky surovín ani obalov vďaka spoľahlivému dodávateľskému reťazcu obmedzené.

Dopravný trh v roku 2021 bol silne ovplyvnený pretrvávajúcim nedostatkom transportných kapacít, prehľbujúcim sa rozdielom medzi importom a exportom v SR, krízou v automotive sektore a medzoročne 17 percentným nárastom cien nafty. Všetky tieto faktory mali zásadný vplyv na vývoj transportných cien, ktoré sme riešili obmedzovaním objemov dodávaných do vzdialenejších destinácií,

zvýšením využiteľnosti dopravných prostriedkov a elimináciou vysoko nákladových prepráv.

Zintenzívnilo sa využívanie konsignačných skladov a bezpečnostných zásob u dodávateľov, rozvíjali sa skúšky nových materiálov a etablovali sa noví dodávatelia.

V oblasti nepriamych nákupov sa postupne viac uplatňujú nové metódy technickej podpory a po-predajných činností, tak aby bola zachovaná výrobná schopnosť závodov.

Rovnako aj v kategóriách nepriamych nákupov sa prejavovala zvýšená dynamika nárastu nákladov. Najmä v oblasti energií čo sa postupne premietalo do všetkých kategórií.

Okrem nákladov sa postupne zvyšoval tlak aj na dostupnosť jednotlivých položiek a nutnosť zabezpečovať dostupnosť jednotlivých položiek a služieb s ohľadom na predĺžené dodacie termíny.

V rámci skupiny Metsä Group sa pokračovalo v oblasti Nákupu v zjednocovaní procesov vo všetkých obchodných divíziách Metsä.

Dodávatelia k Metsä pristupovali v pozícii pre nich kľúčového zákazníka a rovnako aj naďalej pracujeme na udržaní aktívneho a efektívneho dialógu s dodávateľmi pri intenzívnejšej forme využívania dištančnej formy komunikácie.

4 VÝROBA

4.1 Technológia

Technológia výroby tissue papiera zahŕňa používanie čistých vlákien z celulózy ako aj spracovanie vlákien zberového papiera a možnosť výroby papiera vo farebných odtieňoch. Výroba tissue papiera sa realizuje na dvoch papierenských strojoch (PS1 a PS2).

Spoločnosť využíva 6 spracovateľských liniek s nasledovným výrobným sortimentom:

- toaletný papier
- kuchynské utierky
- hygienické vreckovky

Subdodávateľsky je zabezpečený sortiment priemyselnej hygieny, servítok a kozmetických utierok.

4.2 Výrobný proces

4.2.1 Prvá fáza – Zberová linka

Zberová linka zabezpečuje spracovanie vybraných druhov zberového papiera ako aj spracovanie vlastného výmetu, ktorý pochádza zo spracovateľských liniek a papierenských strojov.

Objem výroby na linke významne závisí od dopytu zákazníkov po výrobkoch z recyklovaného papiera.

4.2.2 Druhá fáza – Papierenské stroje

Výroba papiera na papierenských strojoch PS1 a PS2 dosiahla úroveň požadovanú spracovateľskými linkami. Voľná kapacita bola využitá pre výrobu papiera na predaj. Na množstvo výroby vplýval sortimentný mix, výška dopytu a realizácia investičných a údržbárskych projektov.



4.2.3 Tretia fáza – Spracovateľské linky

Spracovateľské linky v roku 2021 boli prevádzkované v súlade s ich technickými parametrami a požiadavkami zákazníkov. Spoločnosť naďalej pokračuje v procese zvyšovania efektivity zariadení, kvality výrobkov a optimalizácie výrobného sortimentu v oblasti spracovania papiera.

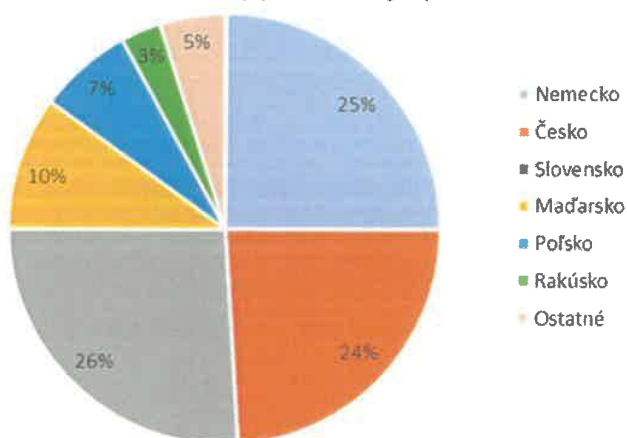
4.3 Investičný a technologický rozvoj

Spoločnosť Metsä Tissue Slovakia s.r.o. v roku 2021 preinvestovala takmer 2,5 M€. Dlhodobými hlavnými oblasťami investovania sú oblasti znižovania nákladov na spotrebu energií, modernizácie výrobného strojového zariadenia, zvýšenia kvality výrobkov a zlepšenia pracovných podmienok a bezpečnosti práce.

5 PREDAJ

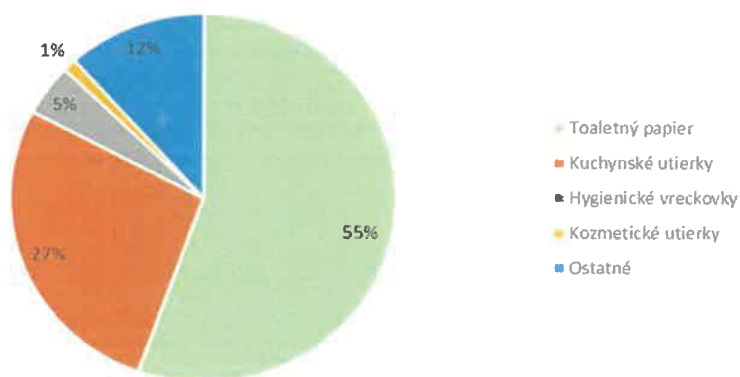
Predaj hotových výrobkov a polotovarov dosiahol v roku 2021 výšku 98 m EUR. Predaj je, podobne ako v minulých rokoch, v značnej miere sústredený na zahraničie. Na export bolo vyvezených 74% z celkového predaja a objem predaja určeného na domáci trh tvoril podiel 26%. Krajinou s najväčším podielom exportu výrobkov bola Česká Republika (24%) a Nemecko (26%) a Maďarsko (10%).

Rok 2021 - Predaj podľa krajiny



Z pohľadu produktových skupín v predaji opäť dominuje toaletný papier s podielom na predaji vo výške 55%.

Rok 2021 - predaj podľa typu produktu



6 MARKETING

V roku 2021 značka Tento bola 2. najpredávanejšou značkou na slovenskom aj českom trhu v segmente hygienických papierových produktoch – kategórie toaletný papier, papierové utierky a vreckovky (Zdroj: Nielsen). Na Slovensku je značka Tento vnímaná ako značka s najvyššou kvalitou, pričom na oboch trhoch má medzi spotrebiteľmi vysoké povedomie a preferenciu pri nákupe. (Zdroj: Nepa)

V uplynulom roku sa produkty Tento objavili na regáloch v nových dizajnoch, ktoré reflektujú novú marketingovú komunikáciu „Jemnosť prírody“ – v jednoduchých prvkoch, farbách v prírodných tónoch, s elementom ovečky, ktorá evokuje jemnosť produktov. Nová komunikácia je viditeľná vo všetkých kanáloch – od webových stránok, cez TV a Digitálne médiá. S novou komunikáciou bola predstavená aj vynovená kvalita Tento 3-vrstvových toaletných papierov – zložené zo 100% celulózy, suroviny z udržateľne spravovaných lesov, a so špecifickou razbou s logom Tento a elementom ovečky, ktorá dodáva produktom tú správnu jemnosť. Vylepšená kvalita produktov a udržateľnosť značky Tento bola komunikovaná aj cez kanály 3.strán – cez influencerov a PR podporu.



Podpora značky Tento sa sústreďí na vysoko kvalitné produkty, preto v komunikácii sú vyobrazené najmä vysoko-kvalitné 3-vrstvové produkty z hlavných dvoch kategórií – toaletný papier a papierové utierky.