

BUDÚCNOŠŤ JE v udržateľnosti

K záveru roka patrí bezpochyby okrem bilancovania aj vyslovenie plánov a predšavzatie do roku nadvádzajúceho. Rozhovor s riaditeľom Josefom Misofom nám prezradí čo-to o už spomenutej bilancii a cieľoch spoločnosti Europapier Slovensko, ale aj o súčasnej situácii na trhu s papierom.

Aký bol rok 2023?

Tento rok bol pre nás ďalšou výzvou v rade. Aby som tu upresnil, v posledných rokoch prechádzame turbulentným obdobím, každý rok je iný, pričom každý rok má určité špecifiká. Ako minulý rok bol rokom neustáleho zvyšovania cien, slabej dostupnosti a výpadku materiálov, tento rok začal inak. Ceny dosiahli začiatkom roka svoj vrchol a krivka vývoja cien sa začala otáčať. Ponuka bola vyššia ako dopyt, spotreba výrazne klesla, čo potvrdzujú aj dáta vývoja dodávok papierov na slovenský trh. Určite majú túto skúsenosť aj ďalšie spoločnosti na trhu, my sme sa museli predovšetkým popasovať s tovarom na sklade, ktorý bol obstaraný vo vyšších cenách z minulého obdobia. A keď si predstavíte, že určité materiály sa vozia z Ázie, kde je trojmesačný dodávkový cyklus, vedeli sme už začiatkom roka, že to, čo nám príde v kontajneroch, bude na sklad prijaté vo vyšších cenách obstarania, ako boli v danom období trhové ceny. Týmto bol tento rok špecifický. Museli sme byť flexibilní v cenách a byť schopní predávať „pod cenu“. Tým sme dokázali udržať pracovný kapitál v optimálnej výške. A boli sme si vedomí, že týmto prechádzajú aj naši zákazníci.

Aká je situácia na trhu teraz?

Ako ceny na trhu tento rok pozvoľna klesali, začíname sledovať, že aj tu sa dostávajú na pomyselné „dno“. Vychádza to z toho, že sa nám zmenilo aj správanie výrobcov

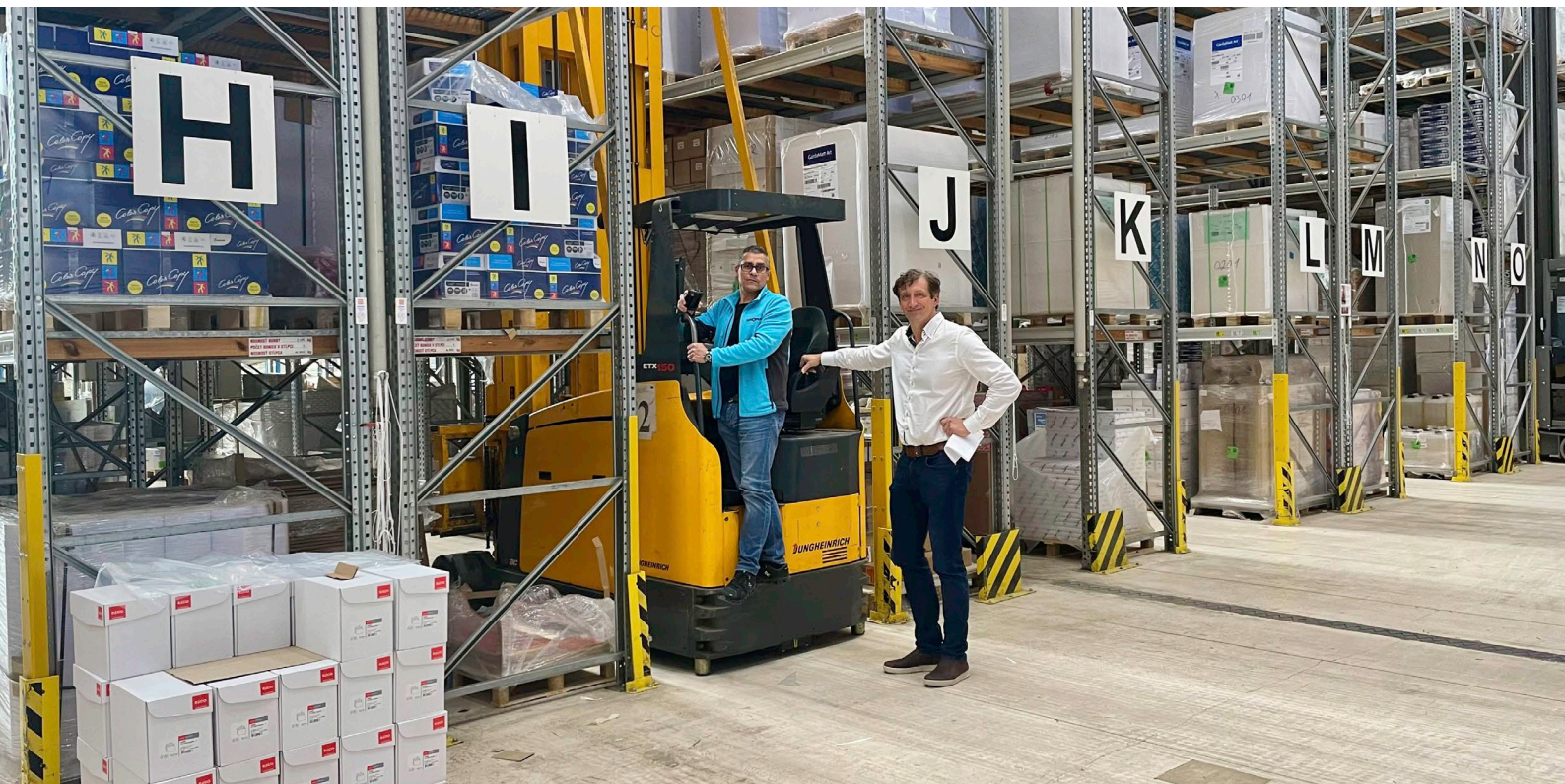
papiera. Výrobcovia papierov nie sú ochotní neustále znižovať ceny. Sú skôr pripravení znižovať produkciu. V tomto roku sme evidovali už niekoľko „prestojev“, čo nebolo v minulosti štandardom. A je tu neustále trend o prechod určitých kapacít na výrobu obalových materiálov a špeciálnych materiálov s pridanou hodnotou. Tento trend výrobcov kopíruje spotrebiteľský vývoj, kde určitá skupina našich zákazníkov diverzifikuje do baliacich materiálov a špeciálnych materiálov a služieb s pridanou hodnotou. Tu nám len ostáva veriť, že sa tu všetci nestretneme a nevytvoríme si „nadponuku“. Aby sa tak nestalo, je potrebné v prvom rade mať silnú kúpyschopnosť spotrebiteľov a v druhom rade budovať povedomie o udržateľnosti s využívaním papierových obalov tam, kde sú obaly plastové.

EUROPAPIER

Ako Vaša spoločnosť pristupuje k celkovej udržateľnosti?

Zodpovednosť o udržateľnosti si berie za svoje aj naša spoločnosť. Zastávame názor, že podnikanie a širšiu spoločnosť budú v nasledujúcich rokoch a desaťročiach formovať výzvy spojené s globálnymi klimatickými zmenami a rastúcim významom udržateľnosti a recyklovateľných výrobkov. A tu nechceme byť pasívnym nasledovateľom, ale aktívnou spoločnosťou v rámci nastavovania štandardov udržateľnosti. Pre udržateľný rast musíme rásť nad rámec papiera. Sme držiteľmi viacerých





certifikátov, ako sú Eco Vadis, PEFC, FSC, ISO 14001. Naša skupina Europapier spolu s materskou spoločnosťou Heinzl Group si dala záväzok zamerať sa na päť cieľov udržateľného rozvoja (SDGS), pričom ide o nasledujúce ciele: Dostupná a čistá energia; Zodpovedná spotreba a výroba; Opatrenia v oblasti klímy; Dôstojná práca a hospodársky rast; Život na zemi. Na dosiahnutie týchto cieľov chceme využiť našu existujúcu distribučnú sieť a to tak, že budeme našim zákazníkom poskytovať základné a potrebné tovary a služby a podporovať ich pri hľadaní správnych, pre nich udržateľných riešení. Zároveň budeme investovať do zelenej energie, konkrétne budovaním slnečných kolektorov, znižovaním emisií pri doprave tovaru a hodnotením využívania vyšších štandardov udržateľnosti na strane našich dodávateľov. Samozrejme, že udržateľnosť súvisí s dodatočnými zdrojmi, ktoré sa na to musia použiť. A tu nastáva otázka, aké finančné možnosti budú jednotlivé spoločnosti mať. Teda nie je to len o ochote, ale aj o peniazoch.

A aký bude rok 2024?

S určitosťou môžeme povedať, že bude iný. To je jediné, čo vieme. V čom bude iný, to dnes nevieme. Teda byť flexibilní a vedieť správne

Budeme sa snažiť správne reagovať na potreby a očakávania našich obchodných partnerov, pričom budeme prihliadať na potrebu zabezpečiť zdravý chod našej spoločnosti.

reagovať na vývoj trhu sa nestáva konkurenčnou výhodou, ale trhovým štandardom. My do nového roku pôjdeme s pokorou a s vedomím, že za každým úspechom sú ľudia. Budeme sa opierať o skúsenosti našich pracovníkov. Budeme sa snažiť podporovať našich zákazníkov pri ich raste. Budeme sa snažiť správne reagovať na potreby a očakávania našich obchodných partnerov, pričom budeme prihliadať na potrebu zabezpečiť zdravý chod našej spoločnosti. Len vtedy, keď spoločnosť dokáže vygenerovať dostatočné finančné zdroje, môže tieto zdroje použiť na rozvoj znalostí a inovácií. A to sa stáva konkurenčnou výhodou. A na tom chceme stavať, aby sme tieto znalosti

a inovácie mohli ponúknuť našim zákazníkom a tým ich podporiť byť na trhu úspešní.

Rád by som sa touto cestou poďakoval našim zákazníkom, obchodným partnerom a našim zamestnancom za podporu a vzájomnú spoluprácu. Prajem každému predovšetkým pevné zdravie a harmóniu do každej rodiny. Keď človek príde do práce v zdraví a v spokojnosti, je pripravený podávať úžasné výkony a tie nám každému môžu priniesť úspech v roku 2024.