

## Sector flash

### Produkcja opakowań

#### Trendy – najważniejsze zmiany na rynku

- Branża opakowań odczuła kryzys związany z pandemią, ale zamiast strat spodziewamy się obniżonej dynamiki wzrostu.
- Na poziomie UE spodziewamy się, że wzrost może wynieść ok 2-3% R/R, zaś w przypadku rynku krajowego może być to ok. 3-4% R/R wobec 6,8% wzrostu w 2019 r.
- Za odpornością przemysłu opakowań stoi duża ekspozycja na branżę spożywczą, która w czasie pandemii radzi sobie lepiej od średniej dla całego sektora przetwórstwa przemysłowego.
- Po 8 m-cach br. wolumen produkcji opakowań z papieru i tektury jest wyższy R/R aż o 7,7%. W przypadku opakowań z tworzyw notujemy nieznaczny spadek o 1,5% R/R.
- Za dynamicznym wzrostem produkcji opakowań z papieru i tektury stoi wzmożony popyt na opakowania w związku ze znacznym wzrostem sprzedaży internetowej oraz największy w skali UE wzrost wolumenu dostaw opakowań na rynki zagraniczne.

#### Perspektywy na 2H 20 i 2021 r.

- Indeksy sprzedaży towarów pakowanych zarówno w Polsce jak i UE wskazują na to, że po kwietniowym dołku sprzedaż wraca do wcześniejszego trendu wzrostowego. Dlatego spodziewamy się że w przyszłym roku branża może zanotować nieco wyższą stopę wzrostu.
- W przypadku opakowań z tworzyw sztucznych środowisko relatywnie niskich cen tworzyw w formach podstawowych może się utrzymać w przyszłym roku w miarę wzrostu podaży ropy na świecie. Zachowanie cen celulozy może zależeć od tego jak z kryzysu wywołanego pandemią będą wychodzić branże kosmetyczna i papierowa.
- Producenci opakowań, w tym przede wszystkim z tworzyw, będą musieli ponieść dodatkowe nakłady inwestycyjne na dostosowanie do nowych regulacji (reforma ROP, dyrektywa SUP, podatek od tworzyw niepoddanych recyklingowi).

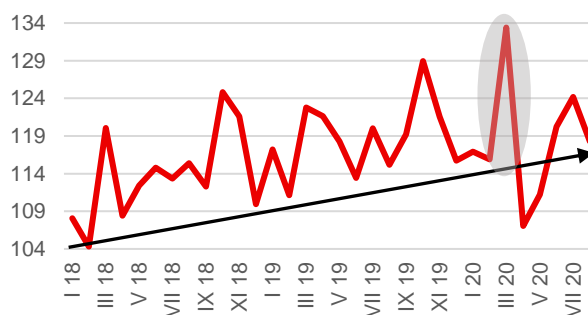


#### Branża opakowań szybko podniosła się po pandemii

##### Czy producenci opakowań wciąż są odporni na kryzysy?

Branża opakowań jest często określana jako odporna na kryzysy – nie bez powodu. Wahania sprzedaży polskich producentów opakowań były historycznie mniejsze od średniej dla całej gospodarki, czy dla przemysłu przetwórczego ogółem. Pandemia koronawirusa i kryzys nią spowodowany ma jednak inny charakter od kryzysu finansowego z 2008 r. i późniejszej fali spowolnienia gospodarczego. Po pierwsze, zanim jeszcze pandemia dotarła do Polski istniały uzasadnione obawy o zachowanie ciągłości łańcuchów dostaw. Chiny odpowiadają za znaczną część globalnej podaży tworzyw sztucznych w formach podstawowych oraz wielu półproduktów i surowców, dlatego paraliż chińskiego przemysłu mógł przenieść kryzys podaży, tj. polskie przedsiębiorstwa byłyby pozbawione surowca do produkcji opakowań nawet jeżeli byłby na nie popyt. W skali całego sektora opakowań udało się zachować ciągłość operacji, jednak niedługo potem przyszedł kryzys popytowy, związany z wprowadzeniem środków

#### Indeks sprzedaży towarów pakowanych w Polsce (2015=100)



Zródło: GUS

ograniczających rozprzestrzenienie koronawirusa. Dlatego jeszcze na początku marca, przed wprowadzeniem ograniczeń, mogliśmy obserwować budowanie zapasów produktów spożywczych przez konsumentów, co jest widoczne na wykresie po prawej w postaci wąskiego wysoku indeksu sprzedaży towarów pakowanych w marcu. Podobny schemat był widoczny na całym rynku unijnym, z tym że ze względu na fakt, iż kraje takie jak Hiszpania, Włochy, czy Francja zostały wcześniej dotknięte skutkami pandemii, na poziomie UE etap budowania zapasów rozpoczął się jeszcze w lutym. Dalszy przebieg indeksów obrazujących sprzedaż towarów pakowanych zachowuje podobny przebieg – głęboki spadek w kwietniu i dynamiczne odbicie w kolejnych miesiącach, po których następuje stabilizacja i powrót do trendu wzrostowego obserwowanego przed pandemią. Bazując na takim zachowaniu indeksów **spodziewamy się że konsumpcja opakowań mogłaby zamknąć się na koniec roku wzrostem na poziomie ok. 2-3% w skali UE i ok. 3-4% w Polsce.**

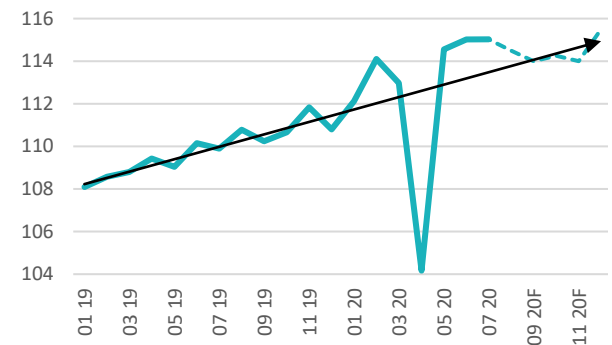
### Sprzedaż odbiła po kwietniu, ale nierównomiernie

Pomimo relatywnie dobrej kondycji branży opakowań, nie wszystkie branże będące odbiorcami opakowań odbiły w równym stopniu. **Branża spożywcza, ze względu na największy udział w konsumpcji opakowań, miała decydujący wpływ na relatywnie łagodne spowolnienie w popycie na opakowania.** Zaczynając od marca, kiedy widoczne było budowanie zapasów przez konsumentów przed lockdownem, w każdym kolejnym miesiącu indeks produkcji przemysłu spożywczego znajdował się powyżej indeksu reprezentującego sprzedaż polskiego przemysłu ogółem, co oznacza że branża ta radziła sobie lepiej od średniej dla sektora przetwórczego. W kolejnych po marcu miesiącach produkty spożywcze były motorem napędowym stopniowego odbicia w sprzedaży detalicznej. Dlatego też producenci opakowań koncentrujący się na branży spożywczej mogli w najmniejszym stopniu odczuć wpływ koronawirusa. Nieco gorzej wyglądała sytuacja **producentów butelek PET i innych opakowań do napojów** – mimo iż indeks produkcji napojów zanotował największy wzrost w porównaniu do stycznia br., to jest to efekt sezonowości, tj. wzrostu sprzedaży w ciepłych miesiącach. W br. indeks ten zanotował mniejszy wzrost w najgorętszych miesiącach w porównaniu do roku ubiegłego (poziom zbliżony do tego z 2018 r.), co również ograniczało wzrost produkcji dostawców butelek i kartonów do napojów. Co więcej, w związku z lockdownem zmieniły się wybory konsumentów – większą popularnością cieszyły się duże, zbiorcze opakowania, kosztem mniejszych, poręcznych opakowań np. zabieranych do pracy lub szkoły. W przypadku **opakowań do kosmetyków, środków czystości i dezynfekcji** widoczny był również wzrost sprzedaży w marcu (budowanie zapasów, masowe zakupy środków dezynfekujących), jednak w kolejnych miesiącach indeks ten nie rósł już tak szybko i zachowywał się bardzo podobnie do produktów spożywczych (tj. codziennych produktów pierwszej potrzeby). W przypadku **opakowań do przemysłu farmaceutycznego** obserwowaliśmy relatywnie największy wzrost sprzedaży w marcu, natomiast w kolejnych miesiącach indeks produkcji przemysłu farmaceutycznego wrócił do poziomów przed-pandemicznych, tj. nie utrzymał się na podwyższonym poziomie. Wiąże to z faktem iż zachowanie izolacji społecznej sprzyjało ograniczeniu sezonowych zachorowań, m. in. na grype, trudniejszy był również dostęp do lekarzy przy chorobach innych niż koronawirus, co ograniczyło sprzedaż sezonowych leków i suplementów diety. Jednak mimo ograniczonego dostępu do usług medycznych i mniejszej skali zarażeń produkcja przemysłu farmaceutycznego po 8 miesiącach br. jest wyższa o 6% R/R w cenach stałych.

### Eksport silnym motorem dla opakowań z papieru i tektury

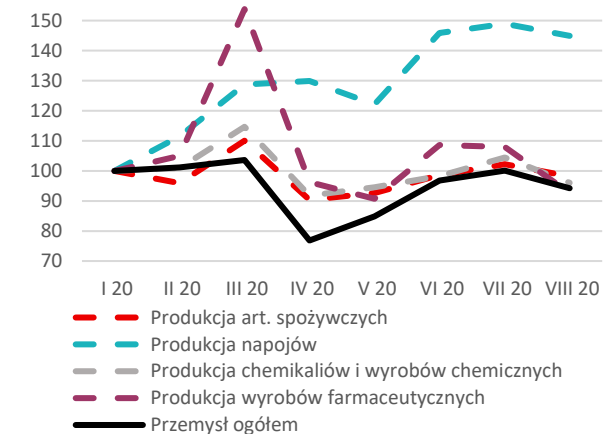
Jak powyższe zmiany wpłynęły na produkcję sektora opakowań? W przypadku opakowań z papieru i tektury dostępne statystyki wskazują na wyraźne „siodło” oznaczające spadek produkcji M/M w kwietniu i maju oraz odbicie w czerwcu i lipcu. Niemniej jednak, w każdym miesiącu z wyjątkiem maja wolumen produkcji opakowań z papieru i tektury był wyraźnie wyższy od ubiegłorocznych poziomów, co oznacza że producenci tego rodzaju opakowań nie odczuli negatywnego wpływu koronawirusa na swoją produkcję. **Od stycznia do sierpnia br. wolumen produkcji opakowań z papieru i tektury wzrósł aż o 7,7%, co jest spektakularnym wynikiem** biorąc pod uwagę że znaczna większość segmentów polskiego przemysłu jest wciąż poniżej poziomów z ubiegłego roku, a cała gospodarka może się w br. skurczyć o 3% R/R wg prognoz ekonomistów Banku Santander. Co ciekawe, kształt wspomnianego „siodła” jest niemal odwrotny od dynamiki zamówień w e-commerce, gdzie szczyt przypadł na kwiecień. To oznacza, że udział tego sektora w strukturze konsumpcji opakowań nie była na tyle duża, żeby

Indeks sprzedaży towarów pakowanych w EU27 (2015=100)



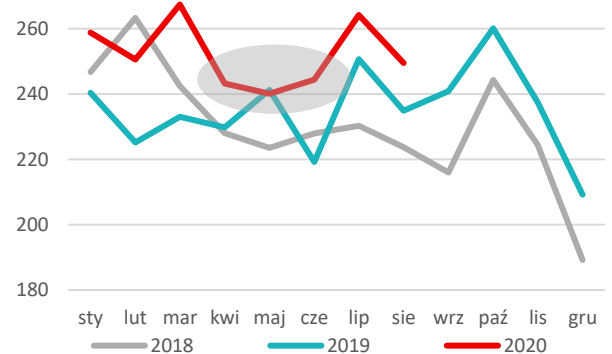
Zródło: Eurostat

Indeks produkcji głównych odbiorców opakowań (01.20=100)



Zródło: GUS

Wolumen produkcji pudełek, worków i toreb z papieru i tektury (tys. t)



Zródło: GUS

zrównoważyć kwietniowe spadki związane z budowaniem przez konsumentów zapasów w marcu. Niemniej jednak warto raz jeszcze podkreślić, że wolumen produkcji opakowań z papieru i tektury w kwietniu był wciąż wyższy R/R o ponad 10 tys. t. W kolejnych miesiącach spodziewamy się dalszego wzrostu wolumenu produkcji zgodnie z trendem sezonowym i rosnącą skalą obrotów w e-commerce.

Jednym z czynników który pozwolił zanotować tak istotny wzrost wolumenu produkcji opakowań z papieru i tektury był ich bezpośredni eksport. Dane dotyczące handlu zagranicznego za pierwsze 6 m-cy br. wskazują, że Polska zanotowała największy w całej UE wzrost wolumenu dostaw opakowań z papieru i tektury. Zmiana o 5,2 tys. t przekłada się na dynamikę wzrostu na poziomie 17% R/R. Jest to wynik bezkonkurencyjny, zarówno w skali całej UE (uwzględniając wzrosty i spadki w wszystkich państwach członkowskich), jak i biorąc pod uwagę wzrosty dostaw z innych państw UE, których skala była kilkakrotnie mniejsza.

#### Produkcja opakowań z tworzyw na lekkim minusie?

W przypadku pudełek, worków i toreb z tworzyw sztucznych wolumen produkcji w większym stopniu odczuł skutki koronawirusa, **po 8 miesiącach br. dostawy tego rodzaju opakowań były niższe R/R o ok. 1,5%**. Należy jeszcze raz odnieść skalę tego spadku do wyniku całej gospodarki (spodziewane -3% w całym 2020), jak i niektórych segmentów przemysłu, które wciąż są na kilkukilkunastoprocentowym minusie. Na tym tle spadek o 1,5% można odczytać jako potwierdzenie relatywnej odporności branży opakowań na kryzysy gospodarcze. Analizując wolumen produkcji w poszczególnych miesiącach widać podobny trend sezonowej budowy zapasów w marcu i spadek sprzedaży w kwietniu. Utracony w tym czasie popyt producenci w dużej części odrobili już w czerwcu i lipcu, zaś od sierpnia produkcja wróciła do przed-pandemicznych poziomów. Warto również zaznaczyć, że prezentowane dane nie obejmują tacek i folii dla branży spożywczej. Jest to o tyle istotne, że w skutek pandemii wzrosło zainteresowanie konsumentów żywnością pakowaną. Jest ona postrzegana jako bardziej bezpieczna od tej sprzedawanej luzem, ze względu na wysoką barierowość opakowania, najczęściej składającego się właśnie z tacek i folii z tworzyw sztucznych. **Biorąc to pod uwagę produkcja przemysłu opakowań z tworzyw sztucznych prawdopodobnie zanotowała lepszy wynik od prezentowanego -1,5% R/R, na dokładną analizę pozwolą dopiero pełne dane za bieżący rok.**

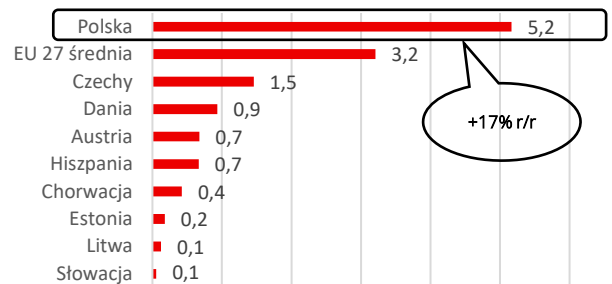
Analiza dynamiki eksportu wskazuje, że również w przypadku opakowań z tworzyw sztucznych polscy producenci byli w czołówce wzrostu dostaw zagranicznych, jednak wzrost w tej kategorii opakowań nie był tak spektakularny jak w przypadku opakowań z papieru i tektury. **Przy wzroście wolumenu eksportu o 0,6% R/R Polska znalazła się na czwartym miejscu w UE pod względem przyrostu sprzedaży.** Warto w tym miejscu podkreślić, że dodatni bilans zmiany eksportu opakowań z tworzyw sztucznych zanotowali producenci z zaledwie 8 państw. Poza tym warto również pamiętać o eksporcie pośrednim – nie tylko w Polsce wzrosło zainteresowanie konsumentów żywnością pakowaną. Widać to w danych dotyczących eksportu żywności, gdzie poza zbożami widzimy istotny wzrost eksportu po 6 m-cach br. również w przypadku przetworów zbożowych, przetworów mięsnych, pasz i karmy dla zwierząt, czy napojów. **Polska była jedynym krajem spośród 10 największych eksporterów żywności w UE, który wypracował w 2Q'20 wzrost eksportu** (eksport żywności, m. in. zbóż, przetworów zbożowych, przetworów mięsnych jest jednym z głównych motorów wzrostu łącznego eksportu towarów z Polski). Obrazuje to, że podobnie jak w przypadku wolumenu produkcji opakowań z tworzyw sztucznych, również tutaj dostępne dane nie pokazują w pełni jak mógł zmienić się popyt na opakowania w tym segmencie branży.

#### Konsumenci przesunęli zakupy do Internetu

Wybuch pandemii spowodował gwałtowny zwrot w kierunku zakupów internetowych. Było to szczególnie widoczne w kwietniu – rosnące obroty w Internecie oraz spadek sprzedaży w kanale tradycyjnym spowodowały, że **udział e-handlu w obrotach handlu detalicznego wzrósł z ok. 5,5% na początku roku do blisko 12% w kwietniu.** Branża w których miało to największy wpływ to przede wszystkim odzież i obuwie, gdzie udział Internetu w obrotach sięgnął w kwietniu 60%. Jednocześnie jest to branża gdzie towary najczęściej pakuje się w kartony, co sprzyjało wzrostowi konsumpcji opakowań. Z kolei w przypadku handlu spożywczego, największego odbiorcy opakowań, udział e-commerce nawet w kwietniowym szczycie ledwie przekroczył 1% obrotów, przez co wpływ e-commerce na branżę opakowań, mimo iż bardzo pozytywny, jednak był ograniczony w skali.

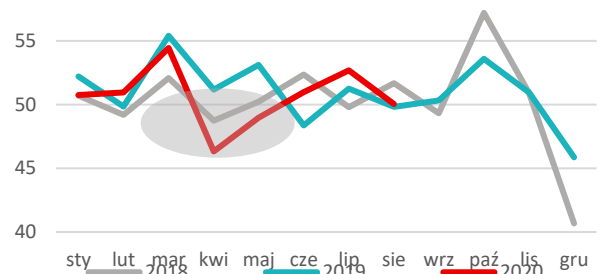
W kolejnych miesiącach obserwujemy stopniowy spadek wartości obrotów w handlu internetowym. Wiążemy to przede wszystkim z okresem wakacyjnym,

#### Zmiana eksportu opakowań z papieru i tektury (tys. t) – 1H 20 vs 1H 19



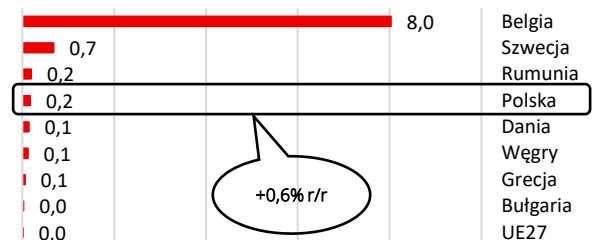
Źródło: Eurostat

#### Wolumen produkcji pudełek, worków i toreb z tworzyw (tys. t)



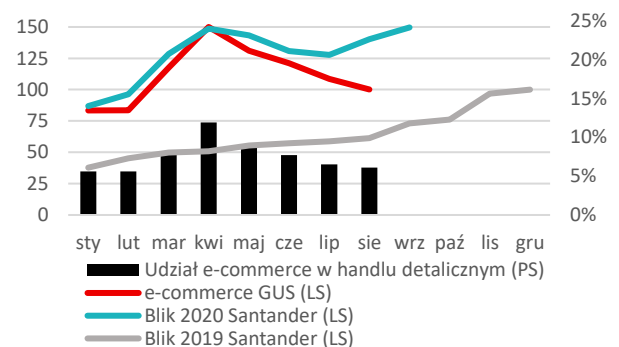
Źródło: GUS

#### Zmiana eksportu opakowań z tworzyw sztucznych (tys. t) – 1H 20 vs 1H 19



Źródło: Eurostat

#### Obroty sprzedaży internetowej (indeks, 12.2019 = 100)



Źródło: GUS, Santander

a nie powrotem konsumentów do sklepów stacjonarnych. Taką tezę wspiera po pierwsze fakt, że pomimo iż obroty e-commerce były w sierpniu niższe niż w szczytowym kwietniu, to według naszych szacunków są wciąż wyższe niż w szczytowym okresie w ub. r. Po drugie, dane płatnicze Santander Bank Polska wskazują na to, że po powrocie z wakacji konsumenci kupują w Internecie tyle samo, co w kwietniu. **Najprawdopodobniej w ostatnim kwartale zobaczymy nowy rekord obrotów w Internecie w miarę jak na znaczeniu zaczynają zakupy przed okresem świątecznym.** Spodziewamy się że na koniec roku wzrost obrotów w e-commerce przekroczy 100% R/R, co powinno w dalszym stopniu napędzać konsumpcję opakowań z papieru i tektury oraz niektórych opakowań foliowych.

### Czy pandemia osłabiła trend convenience?

Przed pandemią trend convenience (wygoda zakupów) był jednym z głównych trendów konsumpcji napędzających rosnące zużycie opakowań. Jako konsumenci coraz częściej dokonywaliśmy zakupów przy okazji, w drodze, zaś od produktów oczekiwaliśmy wygody i łatwości spożycia. Pandemia przerwała ten trend gdyż pozostając w domu ograniczyliśmy zakupy, w szczególności w przypadku przekąsek, dań gotowych poza domem, czy produktów w mniejszych opakowaniach które były poręczne w drodze do pracy lub szkoły. **Zamiast tego kupowaliśmy rzadziej, mniej impulsywnie i w większych opakowaniach.** Wyhamowanie tego trendu było odczuwalne w szczególności w przypadku producentów opakowań do przekąsek, wymagało również od producentów innych opakowań dostosowania do potrzeb rynku. Do zmierzenia natężenia trendu convenience posługujemy się danymi o miejskim ruchu drogowym i płatnościami na stacjach paliw. W obu tych wypadkach widoczny jest głęboki spadek w kwietniu i stopniowa odbudowa natężenia ruchu do czerwca, co oznacza, że przed wakacjami podróżyliśmy do/z pracy już na podobną skalę jak przed pandemią, co powinno oznaczać powrót starych wzorców konsumpcji. W kolejnych miesiącach ruch drogowy ponownie spadł w wyniku wakacyjnych wyjazdów, co potwierdza wzrost płatności za paliwo wyraźnie powyżej poziomu z początku roku. Oznacza to, że duża część konsumentów zdecydowała się wyjechać na wakacje, w większości spędzone w kraju, co **wspierało konsumpcję produktów sezonowych, w tym m. in. produktów jednorazowych.** Dane za wrzesień wskazują że **mobilność konsumentów wróciła już do przedpandemicznych poziomów, w związku z czym powinien wrócić również popyt na produkty w poręcznych opakowaniach przeznaczonych do konsumpcji poza domem.**

### Konsumenty zaczęli przywiązywać większą wagę do barierowości opakowań

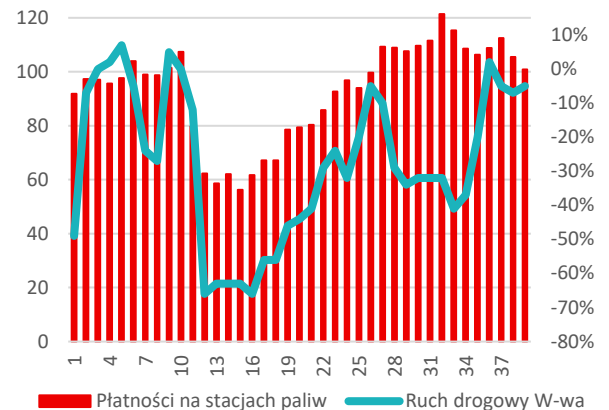
Przed pandemią obserwowaliśmy stopniowe hamowanie dynamiki eksportu opakowań z tworzyw sztucznych, przy czym sprzedaż na rynki zagraniczne rosła w poprzednich latach szybciej od sprzedaży krajowej tego rodzaju opakowań. Poza czynnikami rynkowymi, takimi jak spadek cen surowców, wiązaliśmy to z ogłoszeniem szeregu regulacji, takich jak m. in. tzw. dyrektywa plastikowa (Single Use Plastics), wykluczającej z obrotu na terenie UE niektóre rodzaje opakowań i towarzyszącej w mediach debacie na temat recyklingu opakowań i problemami z przetwarzaniem odpadów komunalnych. Świadomość ekologiczna polskich konsumentów jeszcze przed nadejściem pandemii była umiarkowana – do ekologii przywiązywaliśmy wyraźnie mniejszą wagę niż konsumenci na rynkach tw. „starej” Unii.

Wobec nadejścia pandemii konsumenci stojąc przed półką w sklepie w większym stopniu kierowali się kwestiami bezpieczeństwa i zapewne ceny (co jest typowe w okresie zwiększonej niepewności gospodarczej) niż ekologii. W związku z tym wzrosła sprzedaż żywności pakowanej kosztem tej sprzedawanej na wagę, co potwierdzają dane dotyczące produkcji sprzedanej przemysłu spożywczego i dynamiki eksportu. **W obu tych wypadkach wyraźnie wzrosła sprzedaż produktów sypkich, konserw i produktów przetworzonych, w tym dań gotowych, które często są pakowane właśnie w opakowania z tworzyw sztucznych.** Produkcja wszystkich tych wyrobów wzrosła w br. wyraźnie mocniej od produkcji całego przemysłu spożywczego, który poradził sobie z pandemią relatywnie lepiej od średniej dla całego sektora przetwórczego.

### Nowy podatek od tworzyw sztucznych – wzrośnie rola recyklingu

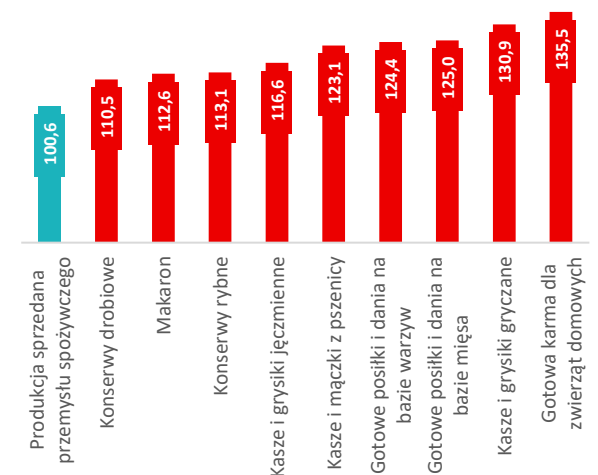
Wspieranie gospodarek państw UE w walce z ekonomicznymi skutkami pandemii wymaga zbudowania nowych, bezpośrednich źródeł finansowania działalności Unii Europejskiej, obok funkcjonujących obecnie składek finansowanych z budżetów państw członkowskich. Źródłem nowych wpływów ma być **podatek od tworzyw sztucznych niepoddanych recyklingowi, który zacznie obowiązywać już od 1 stycznia 2021.** Podatek ma być liczony od masy wprowadzonego do obrotu

### Ruch drogowy w Warszawie (zmiana R/R), płatności na stacjach paliw (indeks, 1-10 tyg. br. = 100)



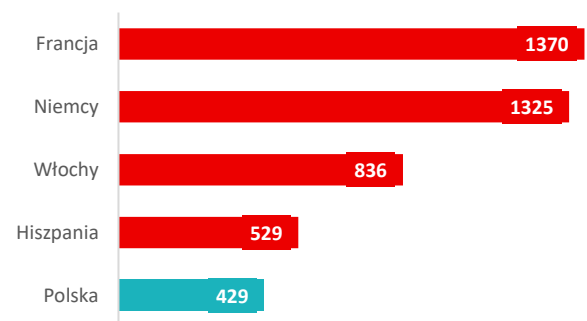
Źródło: TomTom, Santander

### Indeks produkcji przemysłu spożywczego (1-8 '19 = 100)



Źródło: GUS, Santander

### Prognozowane wpływy z nowego podatku od tworzyw sztucznych, TOP 5 państw członkowskich UE (mln EUR)



Źródło: Komisja Europejska



tworzywa sztucznego pomniejszonej o zużycie recyklatu. Oznacza to silny bodziec dla producentów wyrobów z tworzyw do stosowania recyklatu, który jest obecnie trudno dostępny (w wysokiej jakości), a przez to droższy od surowca pierwotnego w przypadku wielu tworzyw. **Stawka nowego podatku ma wynosić 0,80 EUR za kilogram pierwotnego tworzywa sztucznego wprowadzonego do obrotu, co odpowiadałoby w przybliżeniu ok. 11% wartości produkcji sprzedanej polskiego przemysłu produkcji opakowań z tworzyw sztucznych.** Nie określono jeszcze jak nowy podatek będzie wprowadzony w Polsce, jednak ponieważ będzie on dotyczył wszystkich producentów opakowań z tworzyw sztucznych zapewne zostanie on przeniesiony na ceny produktów konsumpcyjnych. Wg szacunków Polskiego Stowarzyszenia Przetwórców Tworzyw Sztucznych wzrost cen opakowań może sięgnąć od 30 do 100%.

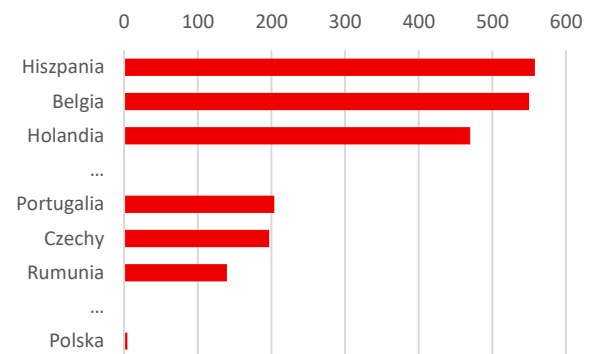
#### Kwestie reformy ROP i wprowadzenia SUP wciąż nierozwiązane

**Wprowadzenie dyrektywy SUP** (Single Use Plastics, wyklucza z wprowadzania na rynek określonych rodzajów produktów jednorazowych z tworzyw sztucznych) oraz **reforma polskiego systemu Rozszerzonej Odpowiedzialności Producenta (ROP)** to dwie nierozwiązane kwestie regulacyjne, na które czeka branża producentów opakowań. **W przypadku dyrektywy SUP szacujemy, że jej skutki mogą dotknąć ok 30% producentów opakowań z tworzyw, przy czym w większości byłyby to firmy posiadające w ofercie inne produkty.** Dla ok. 13% firm regulacja ta będzie istotnym wyzwaniem, wymagającym przestawienia parku produkcyjnego na inne produkty. Firmy te odpowiadają za ok. 10% wolumenu produkcji opakowań z tworzyw sztucznych, tj. **są to głównie małe i średnie przedsiębiorstwa.** Opóźnienie implementacji dyrektywy SUP w polskim prawodawstwie daje tym firmom więcej czasu na dostosowanie do nowych realiów rynkowych.

Kolejna reforma dotyczy systemu ROP. Obecnie stawki w polskim systemie należą do najniższych w UE, co znacząco obniża motywację firm do projektowania opakowań w sposób, który ułatwia ich późniejszy recykling. Niemniej jednak część firm już teraz wychodzi naprzeciw przyszłym wymogom i inwestuje w nowe technologie produkcji, takie jak np. folie monomateriałowe dla przemysłu spożywczego, które zmniejszą w przyszłości wysokość obciążenia opłatą z tytułu ROP.

**Dane finansowe zarówno dla producentów opakowań z tektury jak i tworzyw sztucznych wskazują na wyraźną poprawę rentowności w 1Q 20,** widoczną na poziomie wskaźnika marży EBITDA jak i rentowności kapitału własnego. Wiążemy to przede wszystkim z korzystnym splotem dużego wzrostu popytu w marcu z tendencją spadkową cen surowców, zarówno celulozy jak i najpopularniejszych tworzyw wykorzystywanych w przemyśle opakowań. Ceny producentów były w tym okresie co prawda w trendzie spadkowym, jednak tylko częściowo odzwierciedlało to spadek kosztów. Wzrost zysków przełożył się na poprawę płynności oraz wskaźników długu, w szczególności w przypadku opakowań z papieru i tektury. Wyraźne wyhamowanie dynamiki przychodów jest również spójne co do trendu z danymi rocznymi dotyczącymi wartości produkcji sprzedanej przemysłu opakowań, gdzie w 2019 r. dynamika wzrostu wyniosła 6,8% R/R wobec długoterminowej średniej na poziomie ok. 8,4%.

#### Stawki opłat za opakowania z tworzyw sztucznych w ramach systemów Rozszerzonej Odpowiedzialności Producenta (EUR/t)



Źródło: PZPTS

#### Wybrane wskaźniki finansowe producentów opakowań (PKD 17.21 i 22.22)

Wskaźnik - PKD 17.21	2018	2019	1Q 19	1Q 20
Rentowność EBITDA (%)	10,8	14,8	13,4	15,8
ROE (%)	21,7	14,7	19,4	20,7
Wskaźnik płynności bieżącej	1,5	1,6	1,6	1,8
Wskaźnik długu	0,5	0,5	0,4	0,4
Przychody ogółem - dynamika r/r (%)	9,7	2,1	5,6	-1,0
Dług netto/EBITDA (LTM)	1,4	0,9	1,2	0,6

Wskaźnik - PKD 22.22	2018	2019	1Q 19	1Q 20
Rentowność EBITDA (%)	10,9	12,8	14,1	22,3
ROE (%) (LTM)	22,0	14,2	14,1	20,6
Wskaźnik płynności bieżącej	1,4	1,5	1,5	1,5
Wskaźnik długu	0,5	0,5	0,5	0,5
Przychody ogółem - dynamika r/r (%)	7,3	2,1	6,8	8,6
Dług netto/EBITDA (LTM)	1,0	0,8	0,8	0,6

Źródło: PONT Info; dane roczne za 2019 oraz dane kwartalne w oparciu o formularz f01

#### KONTAKT

Departament  
Sektorów  
Strategicznych

Al. Jana Pawła II 17  
00-854 Warszawa

Dyrektor ds. sektora Produkcji Przemysłowej  
Kamil Mikołajczyk  
Email: [Kamil.Mikolajczyk@Santander.pl](mailto:Kamil.Mikolajczyk@Santander.pl)

Analitik Sektorowy ds. sektora Produkcji Przemysłowej  
Maciej Nałęcz  
Email: [Maciej.Nalecz@Santander.pl](mailto:Maciej.Nalecz@Santander.pl)

Niniejsza publikacja przygotowana przez Santander Bank Polska S.A ma charakter wyłącznie informacyjny. Informacje przedstawione w niniejszej publikacji nie mają charakteru porad inwestycyjnych ani doradztwa. Podjęto wszelkie możliwe starania w celu zapewnienia, że informacje zawarte w tej publikacji nie są nieprawdziwe i nie wprowadzają w błąd, jednakże Bank nie gwarantuje dokładności i kompletności tych informacji oraz nie ponosi odpowiedzialności za wykorzystywanie tych informacji oraz straty, które mogły w konsekwencji tego wyniknąć. Prognozy ani dane odnoszące się do przeszłości nie stanowią gwarancji przyszłych cen surowców lub wyników finansowych. W przypadku tej publikacji zastrzeżone jest prawo autorskie oraz obowiązuje ochrona praw do baz danych. W sprawie dodatkowych informacji, dostępnych na życzenie, prosimy kontaktować się z: Santander Bank Polska S.A, Departament Sektorów Strategicznych, Al. Jana Pawła II 17, 00-854 Warszawa, Polska, telefon 22 586 81 67 (opłata wg cennika operatora).