



Kapitały:     

Strategia GRUPY 2021-2025

Strategia rozwoju Grupy Kapitałowej Grupy Kęty S.A. na lata 2021-2025

W dniu 16 grudnia 2020 roku Zarząd Grupy Kęty S.A. przyjął Strategię rozwoju Grupy Kapitałowej Grupy Kęty S.A. na lata 2021-2025, która została zatwierdzona przez Radę Nadzorczą Spółki.

Strategia opiera się na czterech filarach, które są zgodne z Misją, Wizją i Wartościami Grupy. Są nimi:

- wzrost przychodów Grupy ponad rozwój rynków, na których działa,
- wysoka rentowność operacyjna,
- realizacja inwestycji rozwojowych,
- odpowiedzialność środowiskowa i społeczna.

Rozwój

Rozwój szybszy od rynku

Grupa Kęty stawia na rozwój organiczny i przewiduje dynamiki wzrostu sprzedaży i zysków przekraczające spodziewane tempo rozwoju rynków w każdym z segmentów. Przychody ze sprzedaży wzrosną w porównaniu z rokiem 2020* o 1,2 mld zł i osiągną w 2025 roku poziom 4,6 mld zł.



*Nasza strategia jest oparta na rozwoju organicznym. Na inwestycje rozwojowe w okresie 2021–2025 zostanie przeznaczona ok. 50 % całego budżetu inwestycyjnego o wartości 1,1 mld zł. Dlatego naturalnym jest to, żeby skupić się na tym, co produkujemy i co można jeszcze udoskonalić. Ciągłe poszukiwanie rozwiązań ulepszających nasze procesy we wszystkich obszarach działalności. Takie działania pomogą utrzymać wysoką rentowność i efektywność - mówi **Dariusz Mańko**, Prezes Zarządu. Nasza Misja „dla przyszłości...” wymaga od nas zaangażowania na rzecz dbania o dobra przyszłych pokoleń, o efektywne korzystanie z kapitału naturalnego, jakim zarządzamy, kapitału ludzkiego, który jest nadzwyczajnym aktywem naszej organizacji. Chcemy tworzyć biznes spójny i zrównoważony – dodaje Prezes.*



Obecna Strategia 2025 bazuje na silnych fundamentach powstałych w efekcie skutecznej realizacji poprzednich planów strategicznych, w szczególności ostatnich z lat 2015-2020. Przekroczono wszystkie cele strategiczne na rok 2020: przychody ze sprzedaży były wyższe o 176 mln PLN (wzrost o 54%), EBITDA wyższa o 158 mln zł (wzrost o 31%), a zysk netto aż o 167 mln zł (wzrost o 64%). Dzięki realizacji programu inwestycyjnego Grupa Kapitałowa dysponuje nowoczesnym parkiem i może oferować

wysokiej jakości produkty praktycznie na całym świecie. Ambitne cele sprzedażowe i produkcyjne oraz wysoka efektywność pozwolą po raz kolejny zwiększyć w najbliższej 5-latce wyniki ekonomiczne wszystkich segmentów Grupy Kapitałowej. W porównaniu z rokiem 2020¹ zysk EBITDA wzrośnie o 32% do poziomu 787 mln zł, a zysk netto o 28% do kwoty 470 mln zł w 2025 roku.

- Zrealizowana z sukcesem strategia 2015-2020 uczyniła z Grupy Kęty nie tylko jedną z najnowocześniejszych firm produkcyjnych w Polsce, ale umocniła jej wizerunek jako spółki dywidendowej. Nowa Strategia zakłada utrzymanie obecnej polityki dywidendowej i wypłatę w okresie Strategii dywidendy w kwocie 1,7 mld zł - mówi Rafał Warpechowski, Dyrektor Finansowy, Członek Zarządu. Jego zdaniem wzrost przychodów, zysków oraz optymalny program inwestycyjny i kontynuacja polityki dywidendowej odbędzie się przy zachowaniu bezpiecznych wskaźników finansowych, co pozwoli wykorzystać ewentualne możliwości inwestycyjne czy akwizycyjne, a jednocześnie stanowi bufor bezpieczeństwa na wypadek wystąpienia innych niż planowane trendów rynkowych.

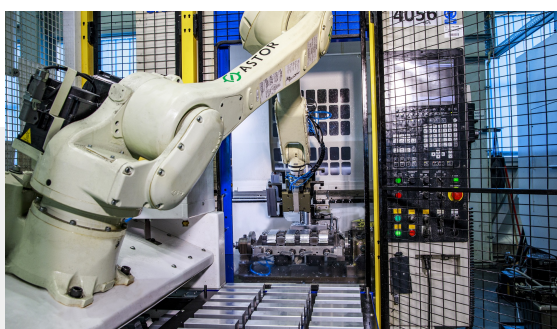
1. prognoza wykonania roku 2020 pomniejszona dla zachowania porównywalności danych o jednorazowy, dodatni efekt w Segmencie Opakowań Giętkich wynikający z tzw. lock down 'u światowej gospodarki w kwocie oszacowanej na 66 mln zł na poziomie przychodów ze sprzedaży, 60 mln zł na poziomie zysku EBITDA oraz 51 mln zł na poziomie zysku netto.

Wzrost produkcji wyrobów przetworzonych

Segment Wyrobów Wyciskanych poprzez umacnianie pozycji lidera na rynku polskim, a także powiększeniu udziału w rynku europejskim zamierza zwiększyć przychody ze sprzedaży z 1,3 w roku 2020 do 1,7 mld zł w roku 2025, co oznacza wzrost o 36%. Strategia Segmentu zakłada systematyczne zwiększanie udziału w europejskim rynku poprzez:

- podwojenie sprzedaży wyrobów przetworzonych, tzw. komponentów do sektorów motoryzacyjnego i transportowego,
- selektywną ekspansję na wybrane rynki europejskie (intensyfikacja działań sprzedażowych i marketingowych),
- systematyczne zwiększenie mocy produkcyjnych do poziomu ok. 110 tys. ton w 2025 roku, umożliwiające większą elastyczność obsługi klientów.

- Zakładamy korzystne otoczenie rynkowe powodujące, że w ciągu najbliższych lat zastosowania aluminium będą coraz szersze. Sprzyjać będzie temu rozwój motoryzacji, w szczególności samochodów elektrycznych, trend zmniejszania masy pojazdów, zastępowania elementów stalowych – mówi **Piotr Wysocki**, członek zarządu Grupy Kęty.



Szacowane średnie roczne tempo rozwoju rynku w okresie 2021 – 2025 określono na poziomie ok. 2%, Segment natomiast zamierza osiągnąć wzrost na poziomie 4,8% (ilościowo) i 6,3% (wartościowo). Jednym z priorytetów Segmentu jest utrzymanie wysokiego poziomu rentowności operacyjnej przy rosnących przychodach dzięki wysokiemu wykorzystaniu mocy produkcyjnych oraz ciągłym procesom poprawy efektywności. Założono osiągnięcie ponad 10% wzrostu wskaźnika EBITDA na zatrudnionego w okresie realizacji Strategii. - *Dynamiczny rozwój gospodarek wschodzących, branże przyszłości kreujące zapotrzebowanie na nowe produkty oraz zmiany społeczne są dla nas szansą rozwoju. Mamy silną pozycję na polskim rynku w branży budowlanej, transportowej i dobrach trwałych i duży potencjał rozwoju w motoryzacji. Jesteśmy przekonani, że potrafimy wykorzystać wszystkie te szanse* - mówi Piotr Wysocki.

Na inwestycje rozwojowe w okresie 2021 – 2025 zostanie przeznaczony ok. 43% całego budżetu inwestycyjnego Segmentu wynoszącego 504 mln PLN. Pozostałą część stanowią nakłady na bieżące utrzymanie infrastruktury i potencjału produkcyjnego.

- *Koncentrujemy się na maksymalizacji wykorzystania posiadanych oraz budowie nowych mocy produkcyjnych, w tym zwiększających udział w naszym portfolio tzw. produktów przetworzonych, co pozwoli zachować wysoką rentowność produkcji* - mówi Piotr Wysocki.

Rozwój tzw. produkcji wyrobów przetworzonych prowadzonej przez słoweńską spółkę Aluminium Kety EMMI oraz Zakład Zaawansowanych Produktów Aluminiowych w Kętach ma spowodować wzrost sprzedaży do branży motoryzacyjnej, w tym komponentów aluminiowych do samochodów czołowych marek światowych, w tym także samochodów elektrycznych, a także zwiększanie dostaw do producentów dóbr użytkowych (AGD, wyposażenie wnętrz, sprzęt medyczny, elektrotechnika).

Z kolei kluczowym kierunkiem ekspansji SWW ma być rynek niemiecki, na którym zgodnie z założeniami strategii przychody ze sprzedaży wzrosną o ok. 100 mln zł do ok. 250 mln zł w roku 2025. W tym celu segment zamierza rozbudować i wzmocnić niemiecką spółkę Aluminium Kety Deutschland. - *Niemcy konsumują milion ton aluminium rocznie. To największy rynek Europy i nasz największy rynek eksportowy, który będzie miał kluczowe znaczenie w kolejnych latach. W ubiegłym roku sprzedaliśmy w Niemczech ok. 14 tys. ton produktów, co stanowiło ok. 40 proc. naszego eksportu. Stanowi to jednak mniej niż 2 % niemieckiego rynku* - dodaje Piotr Wysocki. W ramach strategii umacniania pozycji międzynarodowej SWW planuje także zwiększyć sprzedaż na rynkach w Europie Centralnej i Wschodniej poprzez prężnie rozwijającą się czeską spółkę Aluminium Kety CSE i intensyfikację działań handlowych na Węgrzech, w Chorwacji, Słowenii, Bułgarii i Rumunii.

Rynki eksportowe szansą na dalszy dynamiczny rozwój

Dynamiczny rozwój planuje także **Segment Systemów Aluminiowych**, który poprzez utrzymanie pozycji zdecydowanego lidera w Polsce oraz rozwój sprzedaży eksportowej chce w ciągu 5 lat zwiększyć przychody ze sprzedaży z 1,6 do ponad 2 mld zł, co oznacza wzrost o 34%. Segment ze względu na wysoki udział rynkowy w kraju, rozwój sprzedaży w horyzoncie Strategii opiera głównie na:

- intensyfikacji sprzedaży zagranicznej, szczególnie na rynkach brytyjskim i amerykańskim,
- poszerzeniu oferty o nowe produkty, np. systemy zabudów wewnętrznych czy przeciwpożarowe,
- inwestycje w działalność wydłużającą łańcuch kreowanej wartości,
- poszerzenie oferty produktowej oraz wsparcie techniczne i sprzedażowe ukierunkowane na budownictwo indywidualne.

*- Koncentrujemy się na maksymalizacji wykorzystania aktywów produkcyjnych oraz rozwoju nowych produktów przy utrzymaniu wysokiej rentowności. Mamy korzystną pozycję wyjściową ze względu na rosnące zapotrzebowanie i coraz szersze zastosowania aluminium w budownictwie oraz sprzyjające unijne regulacje środowiskowe - mówi **Tomasz Grela**, członek zarządu Grupy Kęty i prezes zarządu Aluprof.*



Średnioroczne tempo wzrostu rynku zostało oszacowane na poziomie ok. 3% (w ujęciu wartościowym), ambicją Segmentu jest natomiast osiągnięcie ok. 6%, w tym ponad 9% na rynkach zagranicznych i ok. 4% w kraju. Segment Systemów Aluminiowych będzie dążył do utrzymania wysokiej rentowności operacyjnej dzięki systematycznej poprawie efektywności działania. Zysk EBITDA na zatrudnionego wzrośnie o 6% w okresie Strategii. Inwestycje rozwojowe to zdecydowana większość budżetu Segmentu. Będą one stanowiły ok. 61% z 424 mln zł inwestycji w okresie Strategii. Inwestycje odtworzeniowe wyniosą 166 mln zł.

*- Chcielibyśmy w ciągu najbliższych 5 lat podwoić sprzedaż na rynku brytyjskim, interesuje nas też rynek francuski, gdzie sprzedaż jest na tę chwilę znikoma, ale widzimy w nim duży potencjał ze względu na skalę. Kolejnym kierunkiem są Stany Zjednoczone, gdzie jesteśmy już obecni od kilku lat i możemy pochwalić się realizacjami wielu ciekawych obiektów m.in. na nowojorskim Manhattanie. Bardzo ciekawie wyglądają rynki Beneluksu, skandynawski, Europy Południowej takie jak Bułgaria, Rumunia, Serbia, Chorwacja – mówi **Tomasz Grela**.*

Istotne z tego punktu widzenia będą inwestycje w zaplecze logistyczne i sprzedażowo-serwisowe w USA, a także poszerzenie portfolio oraz wydłużenie łańcucha wartości. – *Zapotrzebowanie na budynki przyjazne środowisku i użytkownikowi, które wspierają zdrowy tryb życia, a zarazem są bardziej wytrzymałe, odporne i zapewniają lepszą izolację, to pole do popisu naszych konstruktorów, inżynierów i handlowców. Będziemy w tym obszarze bardzo aktywni* – zapowiada prezes Tomasz Grela.

Ponad 5% udział w rynku folii BOPP w Europie

Segment Opakowań Giętkich także wybiera ścieżkę dynamicznego wzrostu i zakłada istotnie wyższy wzrost sprzedaży niż przewidywany wzrost rynku. Zostanie on osiągnięty poprzez pełne wykorzystanie nowouruchomionych mocy produkcyjnych oraz rosnącą efektywność operacyjną. Dzięki temu przychody ze sprzedaży w ciągu 5 lat wzrosną z 938 mln do 1,07 mld PLN co oznacza wzrost o 14%.

*- Długookresowa strategia dla SOG przygotowana została w okresie bardzo istotnych zmian na rynku opakowań. Oczekiwania rynku zmieniają się dynamicznie w wyniku presji prośrodowiskowych, kosztowych, bezpieczeństwa żywności, a także zmian legislacyjnych – mówi **Rafał Lechowicz**, prezes zarządu Alupol Packaging*

*- Dążenie do zrównoważonego rozwoju wymusza konieczność opracowywania i wprowadzania na rynek nowych konfiguracji laminatów - monostruktur, charakteryzujących się mniejszą wagą i większą jednorodnością. Pomimo obserwowanej presji na opakowania z tworzyw sztucznych oraz zastępowania ich tam gdzie to możliwe opakowaniami na bazie uszlachetnionego papieru, ich pozycja wydaje się być niezagrażona. Nie można bowiem zapominać, że opakowania giętkie na bazie folii z tworzyw sztucznych jak żadne inne zabezpieczają pakowaną w nie żywność, wydłużając jednocześnie jej termin przydatności do spożycia. Uważamy, że segment opakowań jest dobrze przygotowany na funkcjonowanie w takim otoczeniu rynkowym - dodaje **Rafał Lechowicz**.*



Segment Opakowań Giętkich, ze względu na szereg zmian w otoczeniu rynkowym, oparł swoją Strategię na istniejącym potencjale produkcyjnym. Wydatki inwestycyjne zostały zoptymalizowane do 82 mln zł w okresie obowiązywania Strategii. Zapewnią one utrzymanie elastyczności i wydajności parku maszynowego. Pomimo tego cele sprzedażowe, uwzględniając korektę roku bazowego (2020) wynikającą z jednorazowego, pozytywnego efektu tzw. lockdown'u (zamknięcia) gospodarki światowej, są równie ambitne jak w pozostałych segmentach. Zakładają one wzrost sprzedaży w tempie 4,4% średniorocznie w okresie obowiązywania Strategii przy 2% tempie wzrostu rynku. Założono osiągnięcie ponad 10% wzrost wskaźnika EBITDA na zatrudnionego w okresie realizacji Strategii.

Wspomniany powyżej jednorazowy, pozytywny efekt tzw. lockdown'u – wynikał z przerwania łańcuchów dostaw z Bliskiego i Dalekiego Wschodu głównie w II i III kwartale 2020 roku. Wpłynęło to na znaczne ograniczenie importu folii z tworzyw sztucznych z tych kierunków, czego beneficjentami byli europejscy producenci, w tym SOG. W okresie tym możliwe było uzyskanie ponadprzeciętnych wyników działalności. Efekt ten został oszacowany na 66 mln PLN na poziomie przychodów ze sprzedaży, 60 mln zł na poziomie zysku EBITDA oraz 51 mln zł na poziomie zysku netto.

*- Chcemy jeszcze bardziej wzmocnić naszą pozycję na rynku folii BOPP w regionie i konsekwentnie budować markę na rynkach zagranicznych poprzez aktywne tworzenie nowych relacji biznesowych – mówi prezes **Rafał Lechowicz**.*

Proces oszacowania wartości rynkowej SOG

W ramach przyjętej Strategii monitorowane będzie otoczenie rynkowe Segmentu Opakowań Giętkich, co może doprowadzić do aktualizacji strategii segmentu i uruchomienia projektów rozwojowych, w tym także o charakterze akwizycyjnym. Jednocześnie, biorąc pod uwagę obserwowane procesy konsolidacji rynku w tym obszarze oraz silną pozycję segmentu, Grupa KĘTY zdecydowała o przeprowadzeniu procesu oszacowania wartości rynkowej SOG poprzez weryfikację zainteresowania potencjalnych inwestorów.

Odpowiedzialność

Odpowiedzialność środowiskowa i społeczna

Współczesny świat stawia ogromne wyzwania przed wszystkimi w zakresie ochrony środowiska, zasobów naturalnych czy wpływów na zmieniający się klimat. Wyzwania dotyczą wszystkich, ale to szeroko rozumiany biznes, firmy produkcyjne mają wymierny wpływ na te kwestie.



*Chcemy zmierzyć się z oczekiwaniami i wyzwaniami XXI wieku i w miarodajny sposób pokazać podejmowane działania w naszej strategii na kolejne lata, tak aby z perspektywy przyszłych pokoleń mogła być nazwana strategią sukcesu - mówi **Monika Sobczak**, Dyrektor ds. CSR.*

