

Rynek opakowań z tworzyw sztucznych w erze COVID-19

Maciej Nałęcz
Santander Bank Polska

12.05.2020

 **Santander**
Bankowość Biznesowa i Korporacyjna



1. miejsce
za bankowość tradycyjną
2. miejsce
za bankowość internetową

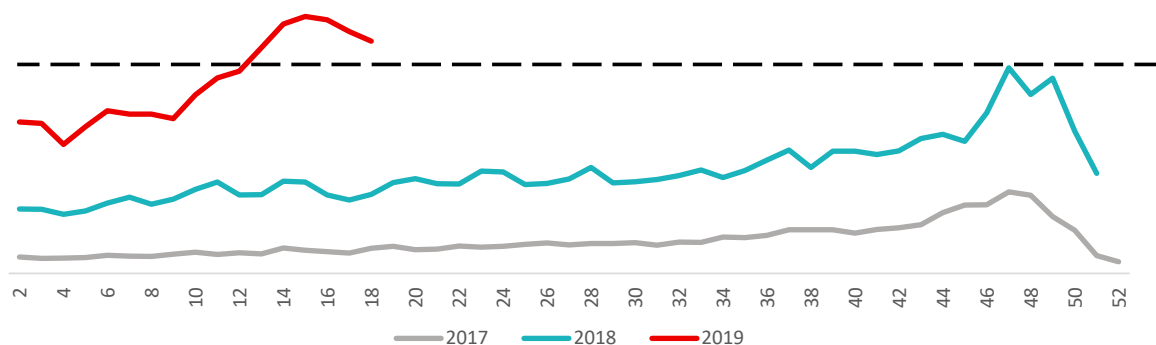


2. miejsce
za „Bank przyjazny firmie”



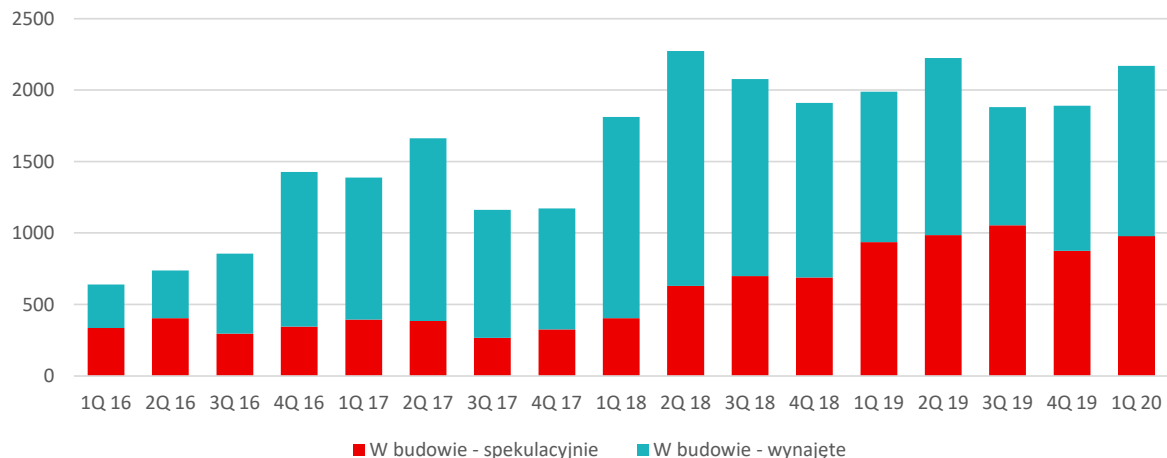
E-commerce to dodatkowy napęd dla konsumpcji opakowań

Płatności BLIK



Źródło: Santander

Podaż powierzchni magazynowej (mln m2)

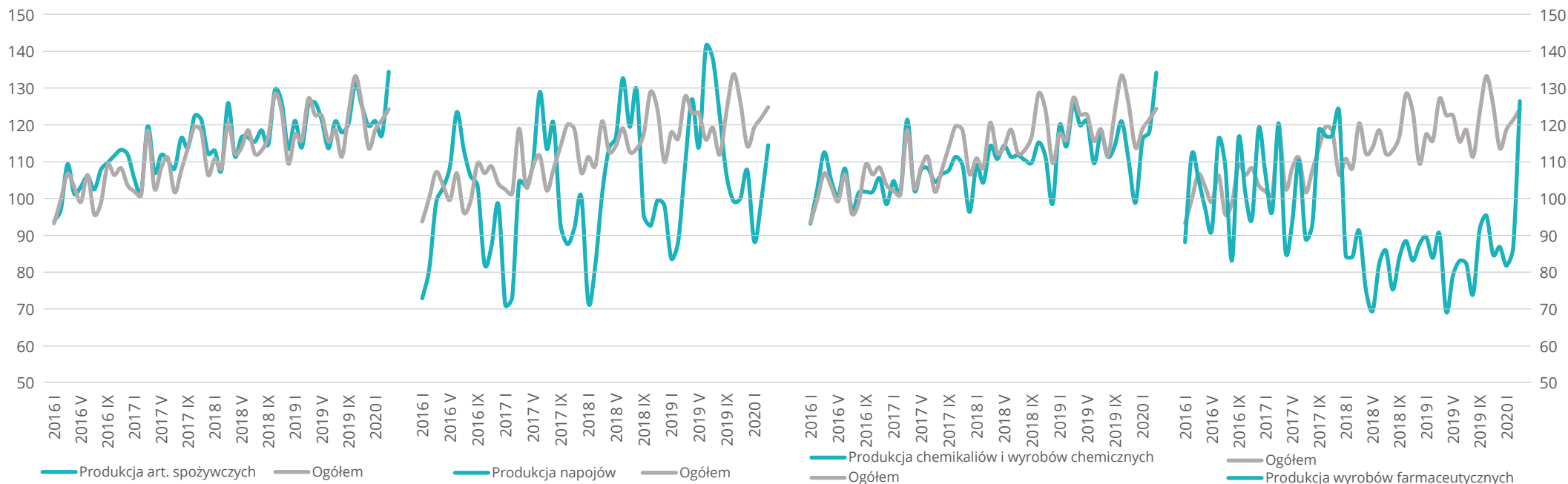


- W skutek epidemii COVID-19 już na przełomie marca/kwietnia przekroczyliśmy poziom zakupów w sieci z grudnia ub. r. Wiele konsumentów trwale przeniesie część zakupów do internetu.
- Rosnąca popularność e-commerce oznacza wzrost wykorzystania opakowań w procesie sprzedaży. Dzięki temu branża opakowań może rosnąć szybciej od konsumpcji ogółem.
- Rynek magazynowy w dobie kryzysu bije rekordy (wzrost pow. w budowie o ok. 9%). Logistyka nie powinna być więc wąskim gardłem dla dalszego wzrostu sprzedaży internetowej.
- Wskaźnik pustostanów to średnio 7,02%. Wzrósł, ale znacznie mniej niż wynikałoby to z podaży nowej powierzchni magazynowej.

Wpływ COVID-19 wyraźnie pozytywny dla głównych odbiorców opakowań

- Branże będące istotnymi odbiorcami opakowań wyraźnie zwiększyły sprzedaż w marcu – **podkreśla to defensywny charakter branży opakowań.**
- Wyjątek stanowi produkcja napojów, gdzie wzrost jest mocno skorelowany z sezonowością pogody.
- Najważniejsze zmiany w konsumpcji – na ile będą trwałe?
 - **Mniej przekąsek** (opakowania słodczy).
 - **Odwrót od trendu convenience** (większe zakupy rzadziej).
 - **Więcej opakowań zbiorczych** (zwrot w kierunku produktów dostępnych w opakowaniach zbiorczych).

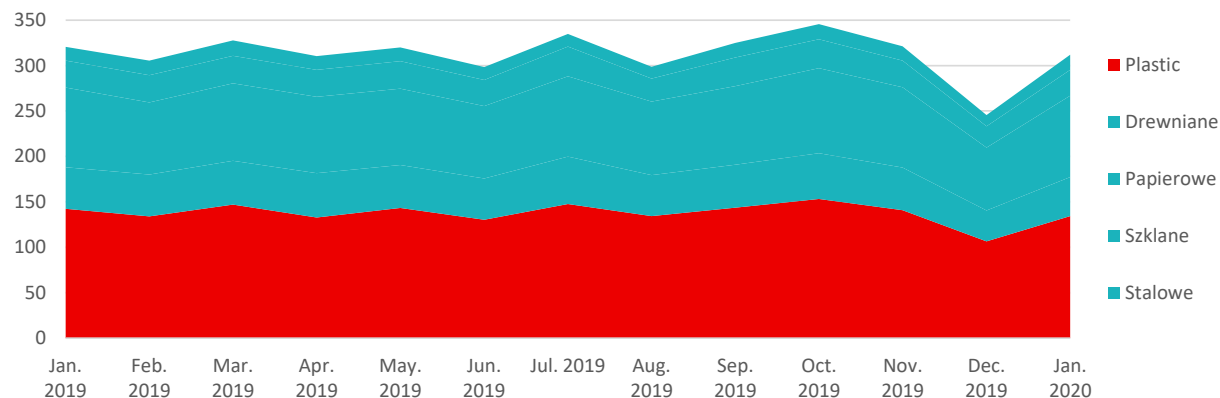
Indeks produkcji sprzedanej (2015=100)



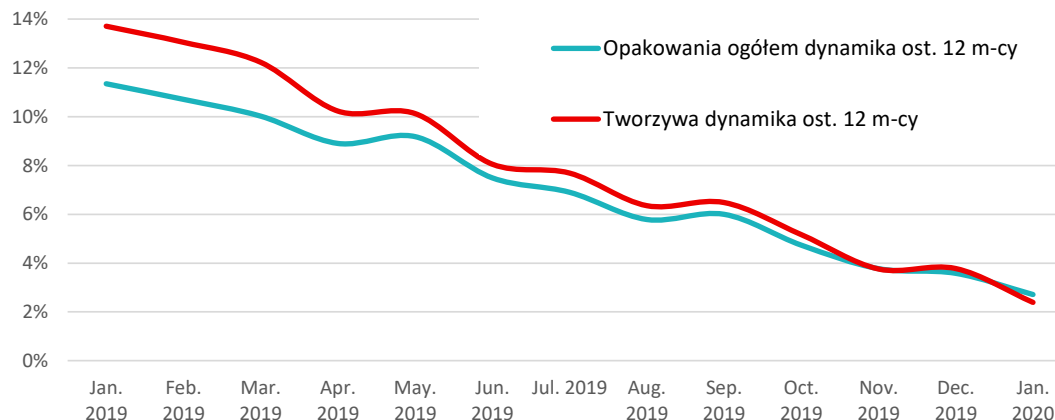
Eksport był istotnym motorem wzrostu – wyraźnie osłabł w 2H 19

- Eksport odpowiada za nieco ponad 50% przychodów branży opakowań. **Motorem napędowym eksportu są w dużej mierze opakowania z tworzyw.**
- W całym 2019 r. dynamika eksportu opakowań była niższa R/R, jednak 4Q 19 był szczególnie słabszy. **Dotyczyło to zarówno opakowań z tworzyw, jak i papieru.**
- Jakie perspektywy ma eksport opakowań z Polski?
 - Wiele zależy od **tempa wychodzenia z recesji** naszych partnerów handlowych.
 - Trwałości **wzrostu bezrobocia**.
 - **Wrażliwości kosztowej** głównych odbiorców.

Wartość eksportu opakowań (mln EUR)



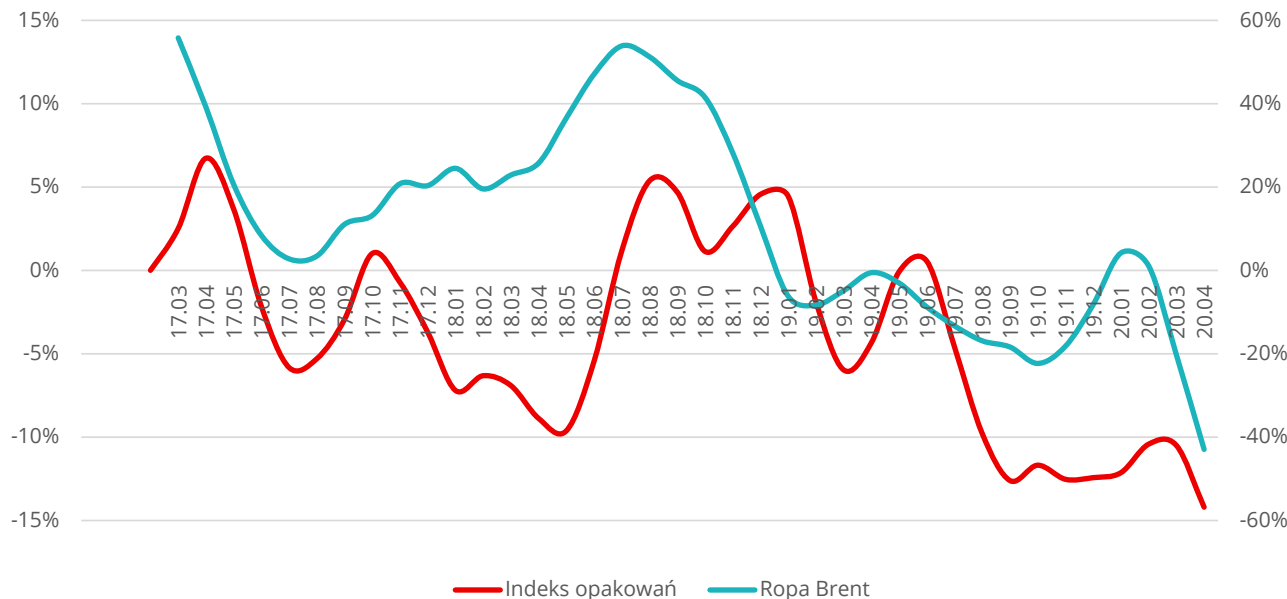
Dynamika eksportu opakowań (12m średnia krocząca)



Źródło: Eurostat, Santander

Czy niskie ceny tworzyw mogą pozostać z nami na dłużej?

Dynamika R/R indeksu cen tworzyw dla przemysłu opakowań i ropy Brent (średnia krocząca 3m)



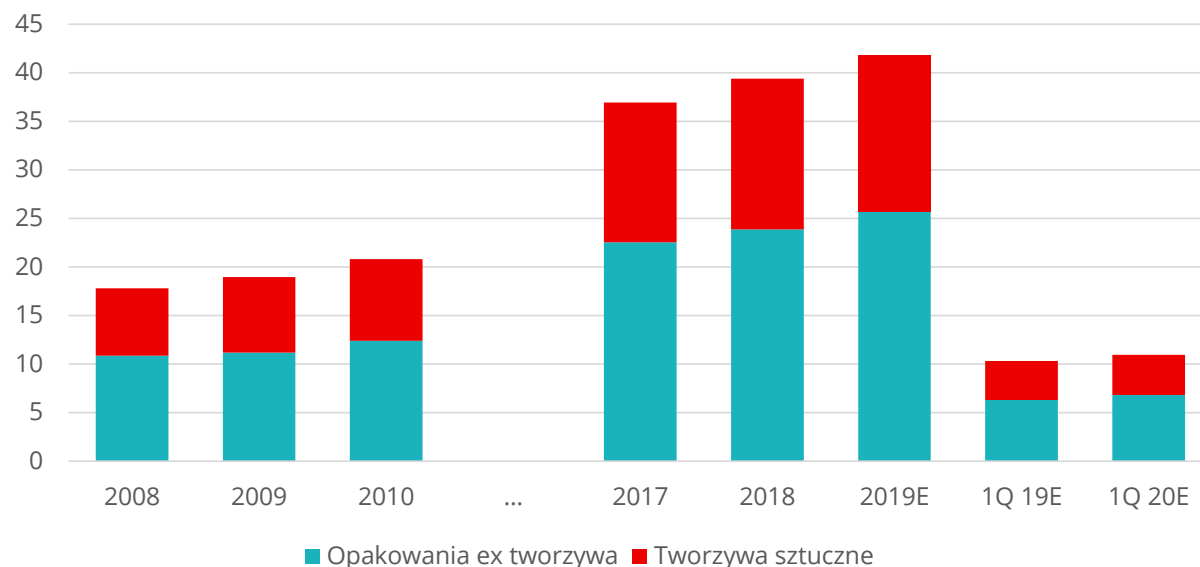
Źródło: Bloomberg, ChemOrbis, Santander

- Ceny tworzyw wykorzystywanych w opakowaniach były w trendzie spadkowym już przez większość ub. r.
- Przełożyło się to na niższy wzrost produkcji sprzedanej (wartościowo) i częściowo tłumaczy niższą od rynkowej stopę wzrostu.
- **Ceny ropy ciągną ceny tworzyw w dół**, ale rynek ma ograniczoną elastyczność.
- Pod wpływem pandemii COVID-19 **istotnie spadł popyt na tworzywa** w sektorach innych niż opakowania (m. in. za sprawą sektora motoryzacyjnego).
- Jak długo będzie utrzymywać się **globalna nadpodaż ropy**?

Wzrost produkcji sprzedanej opakowań nieznacznie wyhamował w 2019 r.

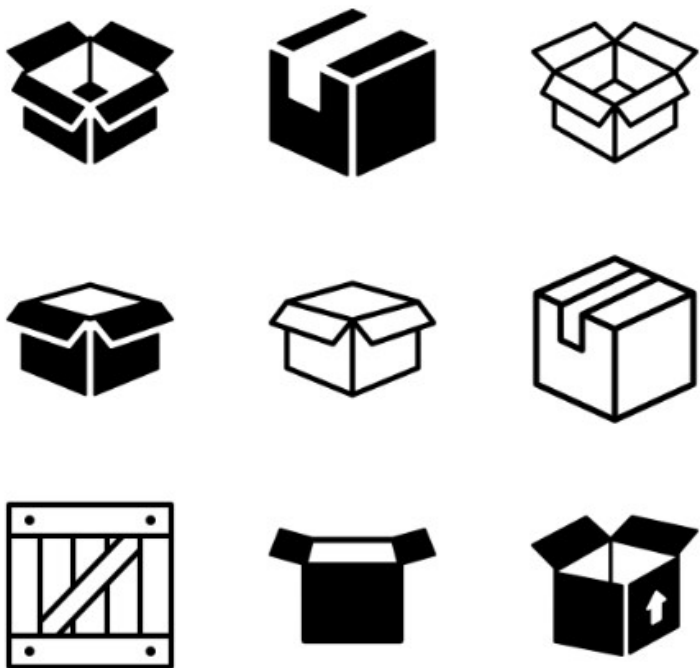
- Branża opakowań historycznie dobrze radziła sobie w czasach kryzysu. Wynika to z korzystnej struktury odbiorców ale również wysokiej konkurencyjności polskiego sektora opakowań.
- Segment opakowań z tworzyw historycznie rozwijał się nieznacznie szybciej od całego rynku.
- Szacujemy, że 2019 r. zamknął się wzrostem całego rynku opakowań na poziomie ok. 3,0-6,5% R/R, zaś w przypadku opakowań z tworzyw sztucznych o ok. 2,0-4,5%.

Wartość produkcji opakowań wg segmentów (mld PLN)



Źródło: GUS, Santander

Wnioski



1

Zmiany stylu życia i wyborów konsumentów

- ↑ Budowanie zapasów.
- ↑ Wzrost popytu na żywność pakowaną.
- ↑ Skokowy wzrost e-commerce.
- ↓ Odwrót od trendu convenience.

Wnioski



2

Nowe regulacje

↓ Zielona polityka UE pozostaje bez zmian.

? Co dalej z ROP?

? Nowe wymogi sanitarne dla firm?

Wnioski



3

Otoczenie makroekonomiczne

- ↓ Recesja gospodarcza największych odbiorców eksportu opakowań.
- ↑ Niższa aktywność gospodarcza to prawdopodobnie niższe ceny surowców.
- ↑ Wzrost bezrobocia powinien ograniczyć tempo wzrostu wynagrodzeń.

Thank You.

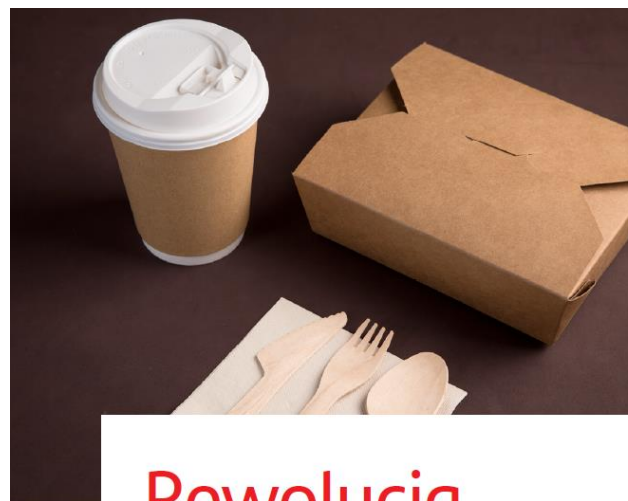
Our purpose is to help people
and business prosper.

Our culture is based on believing
that everything we do should be:

Simple Personal Fair



www.Santander.pl/Opakowania



Rewolucja opakowań

Polscy producenci wobec
zmian regulacji i preferencji
konsumentów

Celem strategicznym Santander Bank Polska jest wspieranie klientów w rozwoju ich biznesu. Bank zdaje sobie sprawę ze zmian zachodzących w otoczeniu klientów, w tym również w zakresie oczekiwań społecznych związanych z większą odpowiedzialnością firm za ślad środowiskowy, jaki pozostawiają.

Dlatego Santander chce wspierać klientów w procesach transformacji biznesu, by umożliwić im przejście na bardziej ekologiczne rozwiązania, przy jednoczesnym zachowaniu najwyższej efektywności przedsiębiorstwa.

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM

