

Prezentacja wyników Grupy Śnieżka za 1-3Q 2022 r.

17 listopada 2022 r.

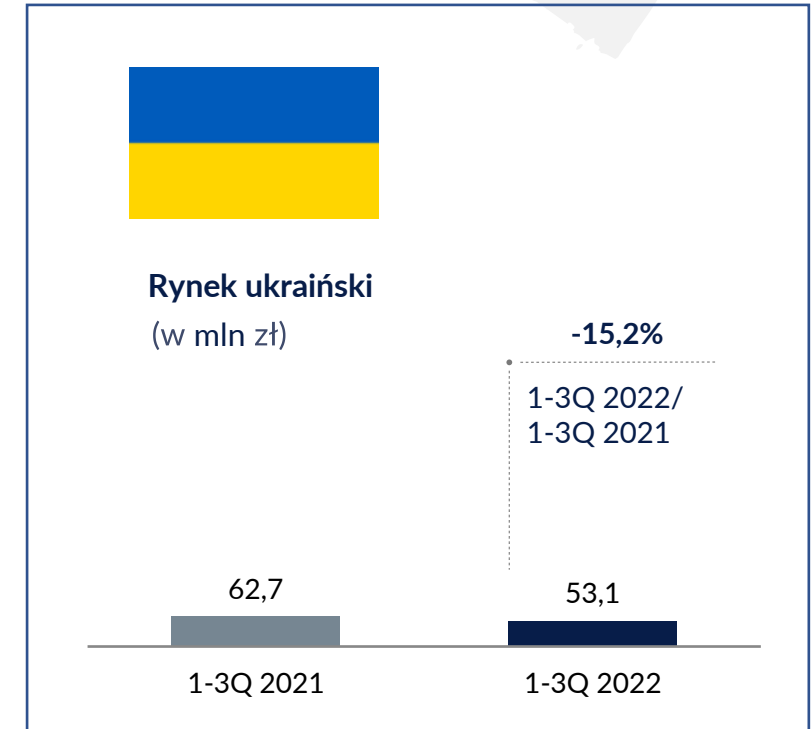


Sezon 2022 – optymalne do osiągnięcia wyniki biznesowe w obecnym otoczeniu:

- kolejny wzrost udziałów rynkowych Śnieżki na rynku polskim (już wcześniej rekordowych). Stabilna pozycja na rynku węgierskim, solidne wzmocnienie pozycji rynkowej na rynku ukraińskim;
- przychody Grupy Śnieżka ze sprzedaży +0,1% r/r, z czego:
 - rynek polski +2,6% – wzrost sprzedaży pomimo procentowego spadku rynku farb i lakierów (jednocyfrowego wartościowo oraz istotnego ilościowo). Rezultat aktywności marketingowej i realizowanej strategii pricingowej,
 - rynek węgierski -3,4% – przede wszystkim w rezultacie osłabienia się węgierskiego forinta w stosunku do złotego. Wzrost wyniku w walucie lokalnej (+8,7%),
 - ograniczenie dynamiki spadkowej na rynku ukraińskim po 9 miesiącach do -15,2%. W samym 3Q +2,5% r/r.
- Pomimo zbiegu niekorzystnych czynników zewnętrznych **niewielkie spadki zysków na poziomie operacyjnym** (zysk na działalności operacyjnej -3,2%, wynik EBITDA -1,9% r/r) między innymi w efekcie realizacji długoterminowej strategii pricingowej.
- Wzrost kosztów obsługi zadłużenia, wyższy podatek i wzrost kosztów ogólnych wpłynęły na spadek zysku netto do 44,7 mln zł (-30,5%). Pozytywnie na zysk netto wpłynął spadek kosztów sprzedaży (-7,7%) oraz niewielki wzrost przychodów.
- Redukcja CAPEX zgodna z zapowiedziami, spadek po 9 miesiącach 2022 r. -54,5% r/r.
- Utrzymujące się trendy w zakresie wyboru produktów premium, ale jednocześnie odczuwalnie pogarszające się nastroje konsumenckie skutkujące niższym popytem – zwłaszcza w Polsce (najprawdopodobniej rezultat obaw konsumentów o sytuację finansową ich gospodarstw domowych oraz skutki wojny w Ukrainie).
- Utrzymująca się presja na marżę całej branży z uwagi na ceny surowców, opakowań i logistyki, rosnące koszty obsługi zadłużenia i ogólny wzrost kosztów.

Śnieżka-Ukraina i działalność na rynku ukraińskim:

- Po kilku miesiącach od rozpoczęcia wojny **wyniki sezonu 2022 są powyżej oczekiwań.**
- W II i III kwartale br. **popyt na wyroby Grupy na ukraińskim rynku stopniowo rósł** (zwłaszcza w zachodniej i centralnej Ukrainie), co skutkowało ograniczeniem dynamiki spadku sprzedaży do -15,2% r/r wobec -28,2% po 1H22.
- Nadal brak przesłanek wskazujących na istotne ryzyko utraty wartości aktywów* i wpływ tego zjawiska na przyszłe szacowane przepływy pieniężne.
- Brak ryzyka należności w Ukrainie – sprzedaż w dalszym ciągu tylko na przedpłaty.
- Choć wyniki sezonu 2022 w Ukrainie stanowią pozytywne zaskoczenie, sytuacja pozostaje niepewna i wymagająca.

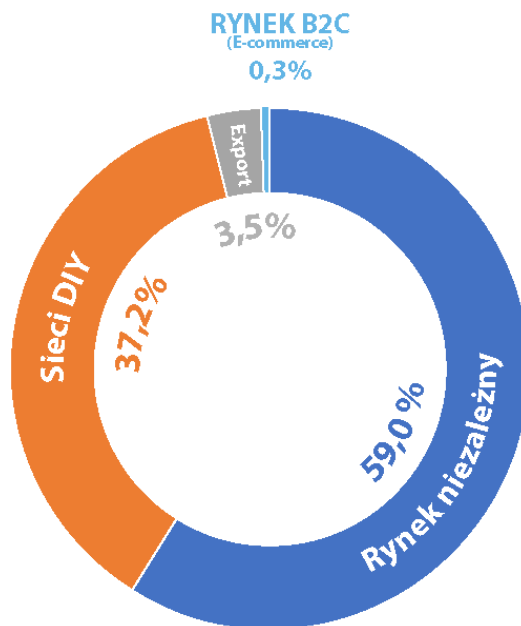


* Łączne aktywa (w tym aktywa rzeczowe, zapasy, należności i środki pieniężne) spółki Śnieżka-Ukraina na 30 września 2022 r. wynosiły ok. 50,8 mln zł (w ujęciu netto: 45,6 mln zł).

SILNE MARKI



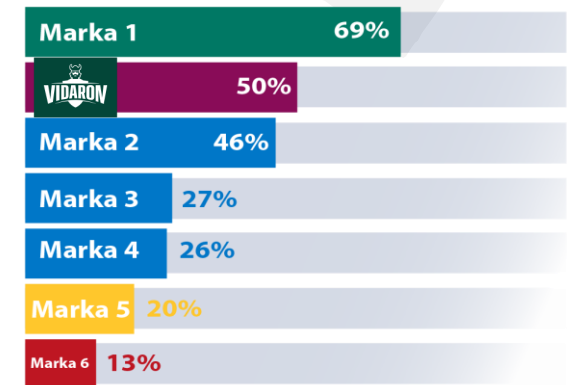
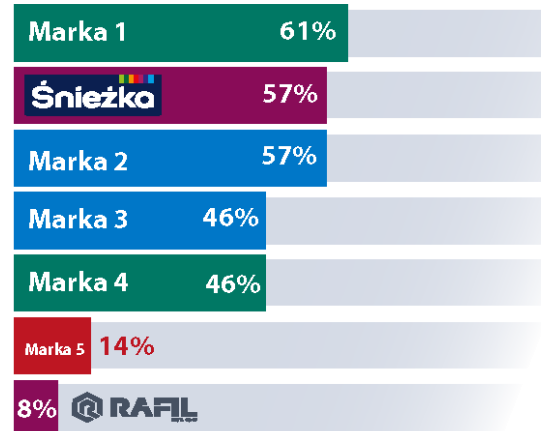
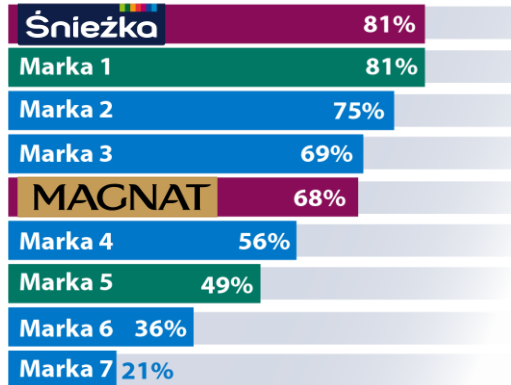
SPRAWNE KANAŁY DYSTRYBUCJI



PERFEKCYJNIE ZAPROJEKTOWANE PRODUKTY

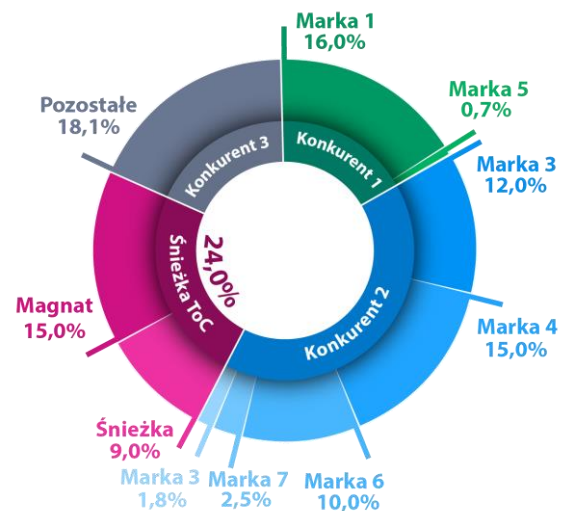


ZNAJOMOŚĆ MAREK

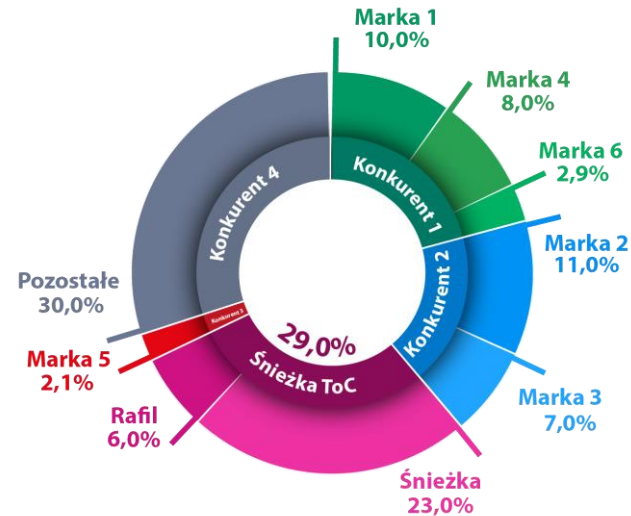


WARTOŚCIOWE UDZIAŁY MAREK

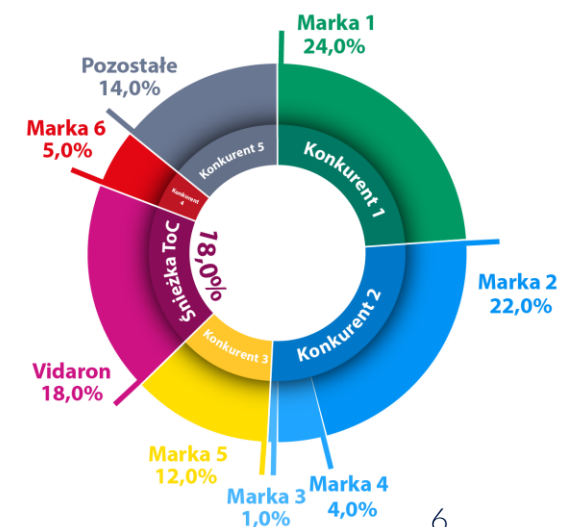
FARBY WEWNĘTRZNE



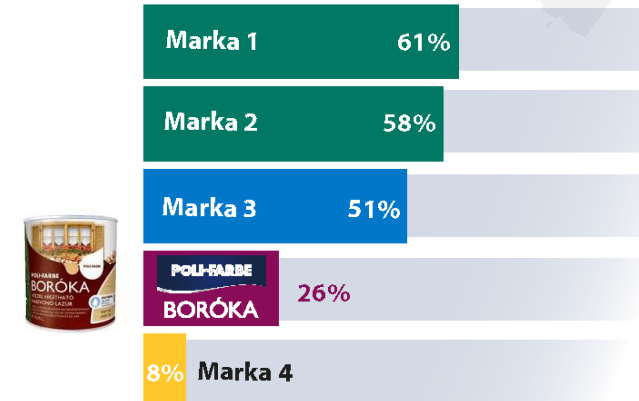
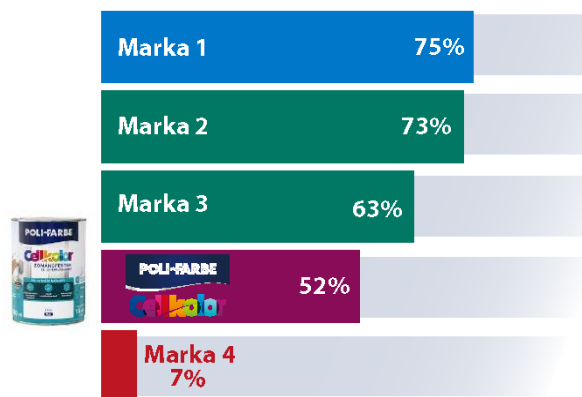
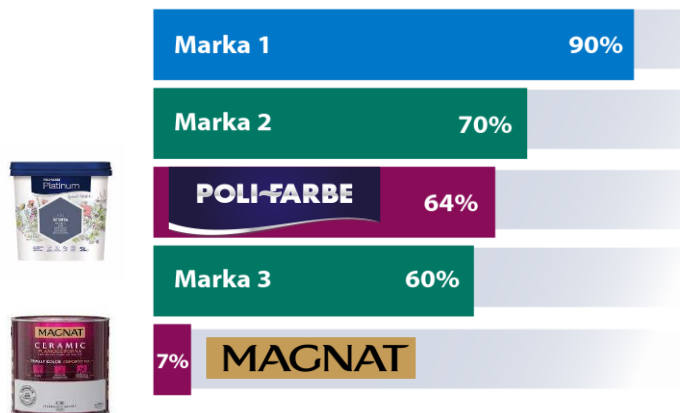
EMALIE



FARBY I PREPARATY DO DREWNA

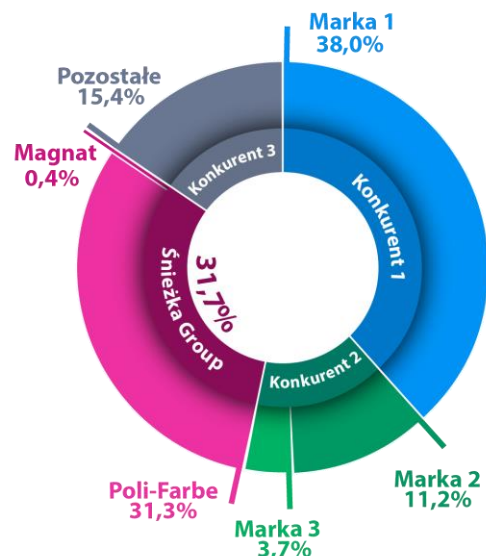


ZNAJOMOŚĆ MAREK

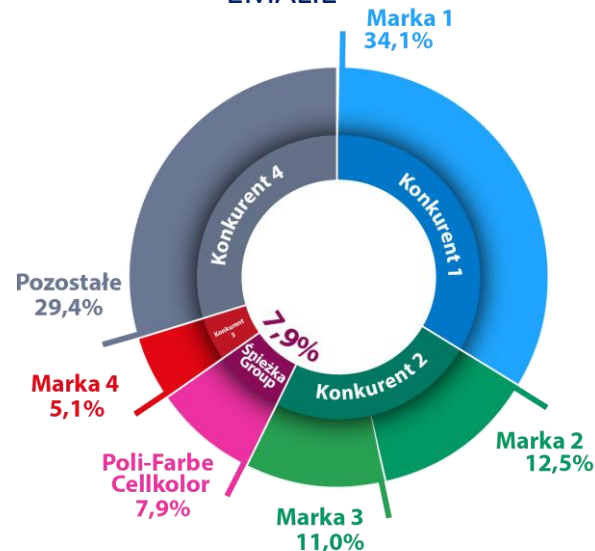


WARTOŚCIOWE UDZIAŁY MAREK

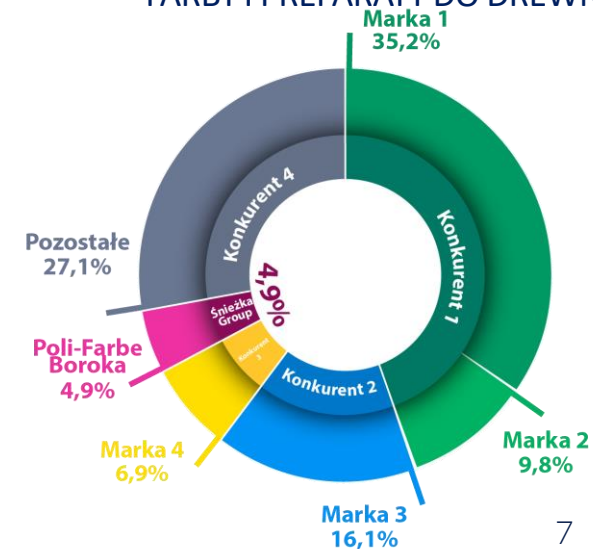
FARBY WEWNĘTRZNE



EMALIE



FARBY I PREPARATY DO DREWNA

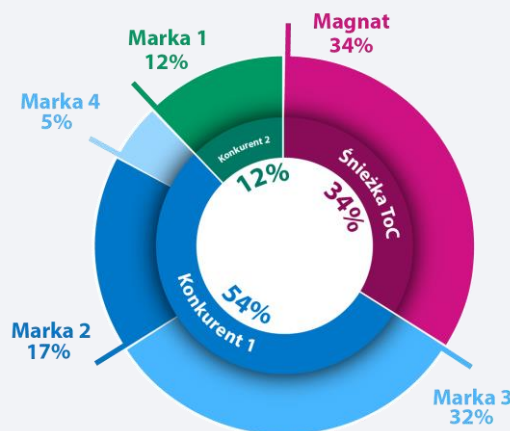


- ❑ Skupienie na wsparciu kluczowej marki - **MAGNAT**
- ❑ Budowanie jej dostępności mentalnej
- ❑ Poprawa percepcji marki w obszarze koloru, eksperckości i inspiracyjności

AKTYWNOŚCI OFFLINE



- MAGNAT Ceramic
- MAGNAT #kolorLove
- Totalne Remonty Doroty Szelągowskiej



**Q1-Q3
TV SOV
KATEGORII**

**AKTYWNOŚĆ MARKI W
TV: GRP TOTAL**

1891

AKTYWNE TYGODNIE

20

AKTYWNOŚCI ONLINE



**KAMPANIE
DISPLAY**



**SOCIAL
MEDIA**



**KAMPANIE
VIDEO**



CENEO



ALLEGRO

❑ Wzmocnienie i utrwalenie wśród konsumentów świadomości oraz dostępności mentalnej produktu

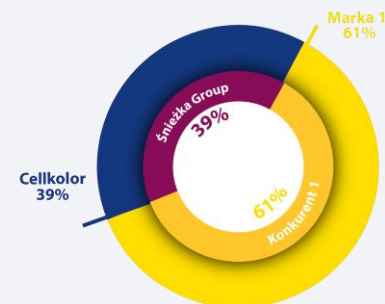
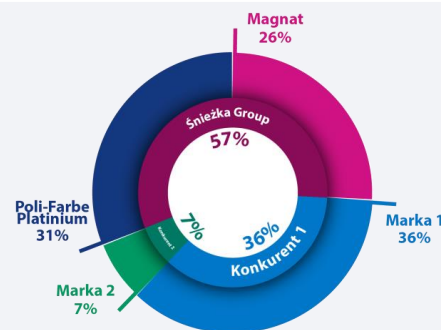
AKTYWNOŚCI OFFLINE



• Polifarbe Platinum



• Polifarbe Cellkolor



Q1-Q3
TV SOV
KATEGORII

AKTYWNOŚĆ MARKI W
TV: GRP TOTAL

2237

AKTYWNE TYGODNIE

18

Q1-Q3
TV SOV
KATEGORII

AKTYWNOŚĆ MARKI W
TV: GRP TOTAL

1425

AKTYWNE TYGODNIE

12

AKTYWNOŚCI ONLINE



BLOGOSFERA
& INFLUENCER



SOCIAL
MEDIA



KAMPANIE
DISPLAY



SEARCH

- ❑ Budowanie kategorii farb ceramicznych
- ❑ Budowanie dostępności mentalnej marki

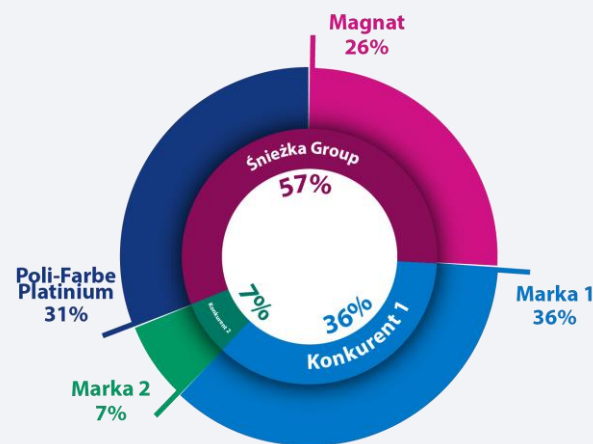
AKTYWNOŚCI OFFLINE



• MAGNAT Ceramic



• OOH



Q1-Q3
TV SOV
KATEGORII

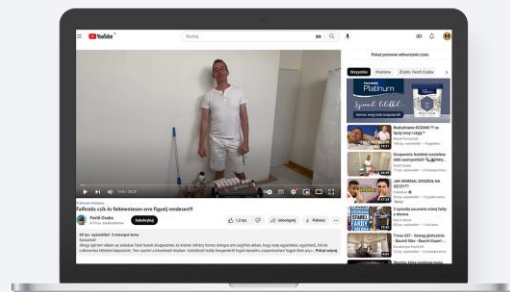
AKTYWNOŚĆ MARKI W
TV: GRP TOTAL

1863

AKTYWNE TYGODNIE

15

AKTYWNOŚCI ONLINE



KAMPANIE
DISPLAY



KAMPANIE
VIDEO



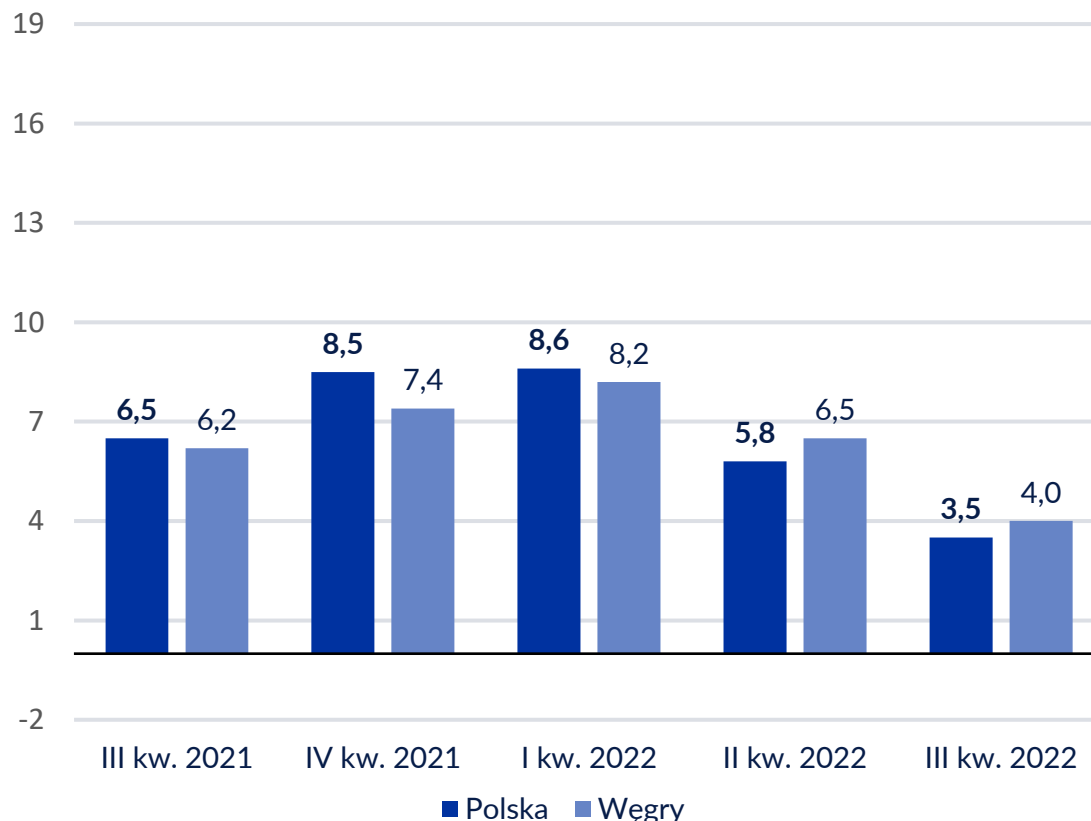
SOCIAL
MEDIA



SEO/SEM



Dynamika produktu krajowego brutto
w ujęciu rocznym (w %)



Polska

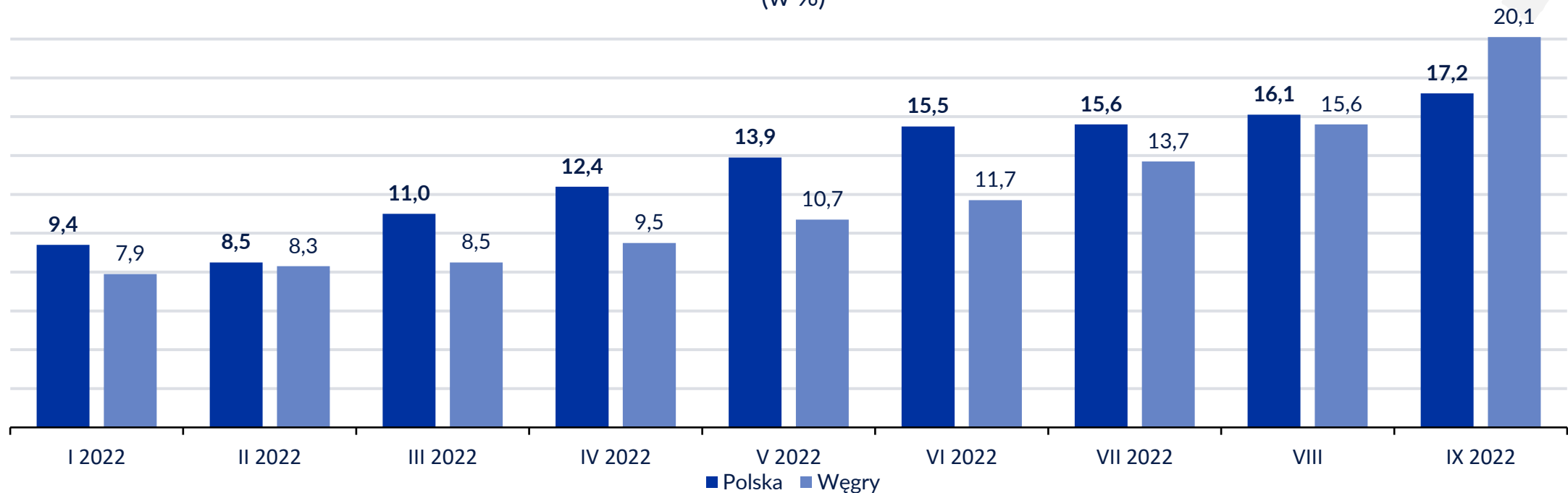
W I kwartale br. polski PKB zwiększył się o 8,6% w ujęciu rok do roku. W II kwartale br. gospodarka urosła o 5,8% r/r, jednak zanotowała spadek w porównaniu do poprzedniego kwartału. W III kwartale wg szybkiego szacunku GUS wzrost sięgnął 3,5%.

Prognozy wskazują, że w kolejnych kwartałach tempo wzrostu gospodarczego nadal będzie się obniżać. Większość instytucji estymuje wzrost gospodarczy w Polsce w 2023 r. na poziomie między 1,4 a 3,6%, ale obecne są również prognozy wejścia polskiej gospodarki w tzw. techniczną recesję i wzrostu PKB na poziomie zaledwie ok. 1%.

Węgry

Aktywność gospodarcza Węgier w pierwszych trzech kwartałach 2022 r. w dalszym ciągu spowalniała względem ub.r. – w okresie 1-3Q PKB wzrósł o 6,1% w skali roku (odpowiednio 8,2% w I kwartale, 6,5% w II kwartale oraz 4,0% w III kwartale r/r).

Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych
(w %)



Od marca br. na europejską i globalną gospodarkę silnie oddziaływały skutki wojny w Ukrainie. Jej główne implikacje makroekonomiczne to dalszy wzrost presji inflacyjnej (wspierany m.in. przez podwyżki cen surowców energetycznych i spożywczych) oraz prognozowany spadek PKB.

W okresie styczeń-wrzesień br. wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych (inflacja CPI) wzrósł o 13,3% wobec analogicznego okresu w 2021 r. (szybki szacunek GUS za październik to 17,9%), zaś na Węgrzech w okresie styczeń-wrzesień 2022 r. ceny konsumpcyjne wzrosły średnio o 11,8% - z wyraźnie wyższą dynamiką w III kwartale.

Notowania złotego względem euro i dolara



W I-IIIQ 2022 polski złoty względem głównych walut pozostawał niezmiennie słaby.

W przypadku kursu USD/PLN zauważalny jest bardziej dynamiczny trend osłabienia polskiej waluty niż w przypadku EUR/PLN. Średni kurs **amerykańskiej waluty** w III kwartale wyniósł 4,71 zł. Na 30 września 2022 roku złoty był słabszy względem dolara o ponad 96 gr (24,1%) r/r.

Średni kurs **euro** wyniósł w III kwartale wyniósł 4,74 zł, a 30 września 2022 r. euro było droższe niż rok wcześniej o niespełna 24 gr (5,1%).

Notowania złotego względem forinta (100 HUF)



Kurs forinta węgierskiego w raportowanym okresie odnotował wyraźny spadek notowań wobec polskiego złotego. Średni kurs forinta (PLN za 100 HUF) wyniósł w III kwartale 1,18 zł. Na 30 września 2022 roku kurs forinta spadł o 9 gr (7,3%) r/r.





651,0 mln zł
przychodów (+0,1% r/r)



44,7 mln zł
zysku netto (-30,5% r/r)

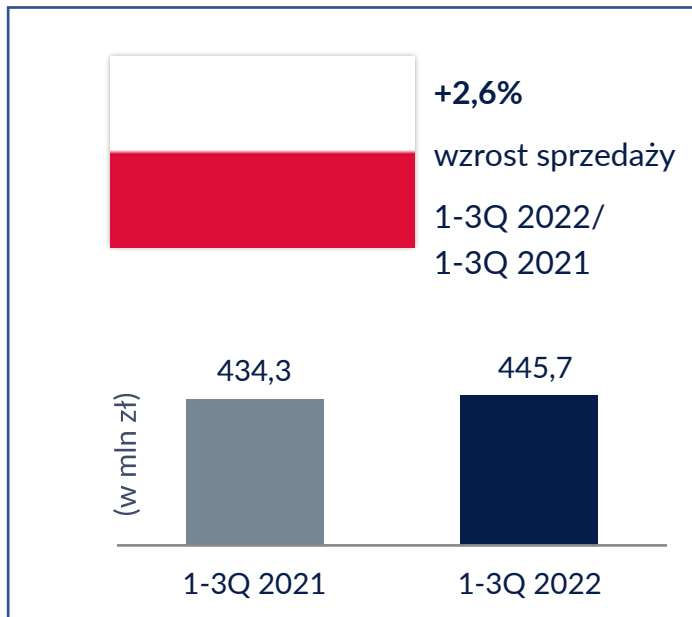


15,6%
marży EBITDA (-0,3 pp. r/r)

- wyższa sprzedaż na dominującym dla Grupy rynku polskim
- utrzymująca się premiumizacja rynku
- efektywna realizacja długoterminowej strategii pricingowej,
- pogarszające się nastroje konsumenckie → niższy popyt na wyroby dekoracyjne
- negatywny wpływ konfliktu zbrojnego w Ukrainie, w tym wywołana nim destabilizacja w całym regionie CEE

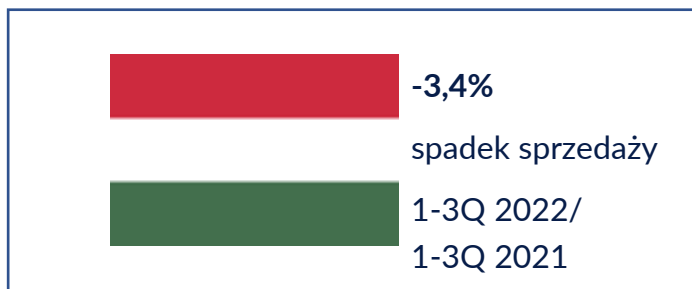
- wyższe koszty obsługi zadłużenia
- wzrost kosztu własnego sprzedaży
- wyższe koszty ogólne
- spadek kosztów sprzedaży
- dodatni wynik na pozostałej działalności operacyjnej (one-off)

- niższe marże r/r, głównie w wyniku wzrostu kosztów



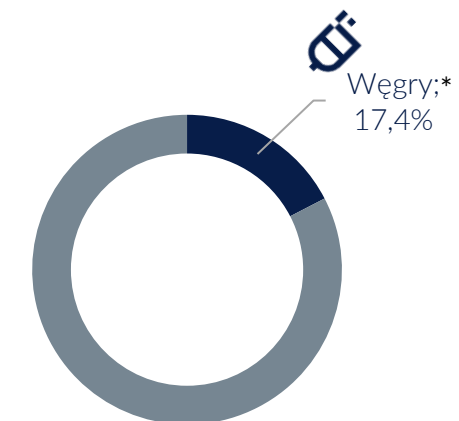
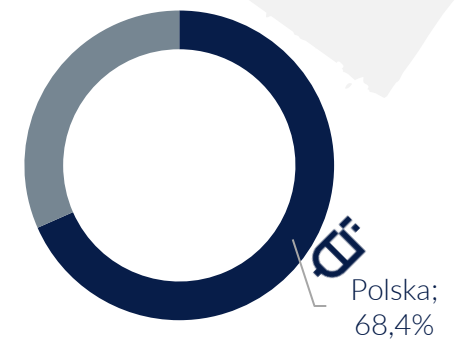
Przychody Grupy na polskim rynku wyniosły 445 662 tys. zł i były o 2,6% wyższe r/r.

Wzrost wartości sprzedaży w Polsce wynikał przede wszystkim z: aktualizacji cen wyrobów w odpowiedzi na rosnące ceny surowców, aktywności marketingowo-sprzedażowych, utrzymującej się migracji klientów w kierunku produktów premium oraz odpowiednio kształtowanej polityki cenowej (pricing).



Na Węgrzech przychody ze sprzedaży wypracowane przez Grupę wyniosły 113 088 tys. zł i były o 3,4% niższe r/r.

Niższa sprzedaż na rynku węgierskim to efekt osłabienia się forinta węgierskiego do waluty polskiej.



* udział w strukturze sprzedaży w 1-3Q 2022 r.



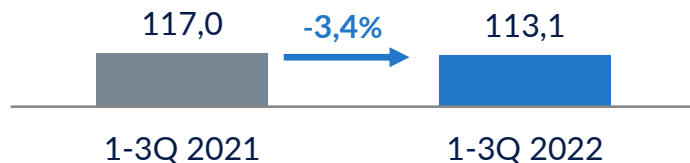
Średni kurs
HUF/PLN

1-3Q 2022/
1-3Q 2021

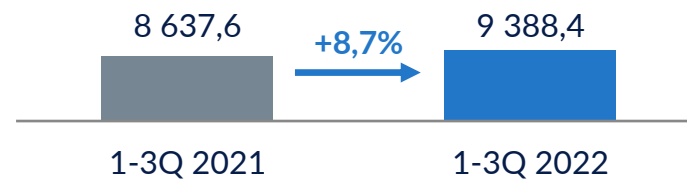
-6,0%



Rynek węgierski
(w mln zł)



Rynek węgierski
(w mln HUF)





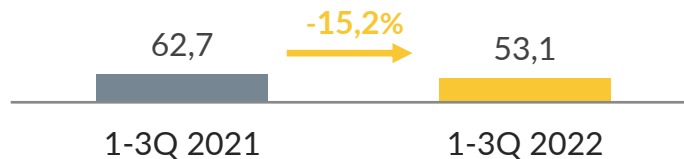
Średni kurs
UAH/PLN

1-3Q 2022/
1-3Q 2021

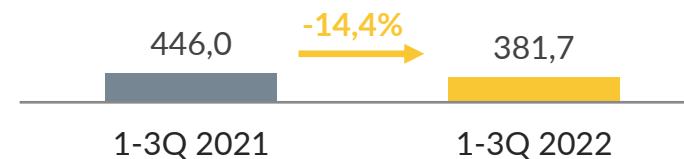
-1,0%



Rynek ukraiński
(w mln zł)



Rynek ukraiński
(w mln UAH)



(w tys. zł)	1-3Q 2022	1-3Q 2021	zmiana (r/r)
-------------	-----------	-----------	--------------

Przychody ze sprzedaży Grupy Śnieżka wg kategorii produktowych

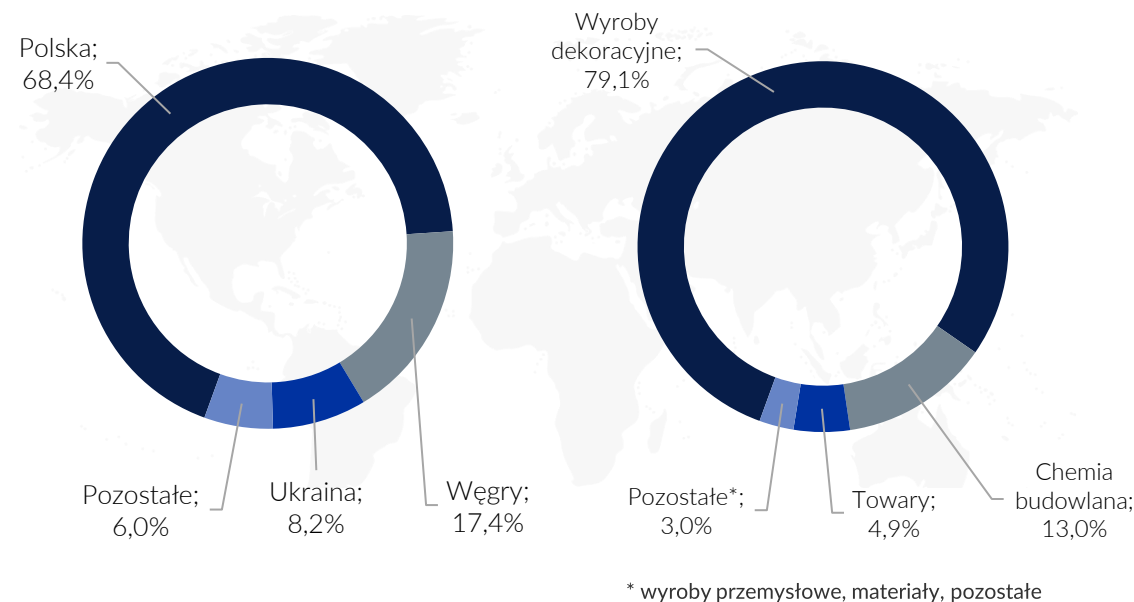
Wyroby dekoracyjne	515 071	510 829	0,8%
Chemia budowlana	84 721	85 904	-1,4%
Wyroby przemysłowe	9 416	8 532	10,4%
Towary	31 964	36 232	-11,8%
Pozostałe	4 238	4 281	-1,0%
Materiały	5 613	4 582	22,5%
Razem	651 023	650 360	0,1%

Przychody ze sprzedaży Grupy Śnieżka wg krajów

Polska	445 662	434 307	2,6%
Węgry	113 088	117 028	-3,4%
Ukraina	53 129	62 670	-15,2%
Pozostałe*	39 144	36 355	7,7%
Razem	651 023	650 360	0,1%

* Przychody z rynku białoruskiego zostały ujęte w segmencie „Pozostałe”, a dane za 9 miesięcy 2021 roku – przekształcone.

Struktura przychodów ze sprzedaży Grupy według krajów oraz kategorii produktowych w 1-3Q 2022 r.



W okresie styczeń-wrzesień 2022 r. Grupa Kapitałowa Śnieżka wypracowała przychody ze sprzedaży o 0,1% wyższe r/r.

	1-3Q 2022	1-3Q 2021	Zmiana (r/r)
Przychody (w mln zł)	651,0	650,4	0,1%
Marża brutto na sprzedaży (w %)	38,9%	40,4%	-1,5 pp.
EBIT (w mln zł)	74,1	76,6	-3,2%
Marża EBIT (w %)	11,4%	11,8%	-0,4 pp.
EBITDA (w mln zł)	101,4	103,4	-1,9%
Marża EBITDA (w %)	15,6%	15,9%	-0,3 pp.
Zysk netto (w mln zł)	44,7	64,3	-30,5%
Marża zysku netto (w %)	6,9%	9,9%	-3,0 pp.

Wyniki Grupy należy analizować po zakończeniu całego 2022 r. – z uwagi na trudność przewidzenia przyszłej sytuacji makroekonomicznej, przyszłego popytu konsumenckiego, sytuacji na rynku surowców i opakowań oraz skutki wojny w Ukrainie – w tym nie tylko jej krótko-, ale przede wszystkim długoterminowe.

W samym 3Q 2022 r. Grupa zanotowała wyższe o 2,8% przychody (głównie pochodna wyższych przychodów z rynku polskiego i pozostałych r/r).

Poprawa wyników operacyjnych to przede wszystkim rezultat ograniczenia kosztów sprzedaży. Negatywnie na wynik operacyjny wpłynął wzrost kosztów ogólnych.

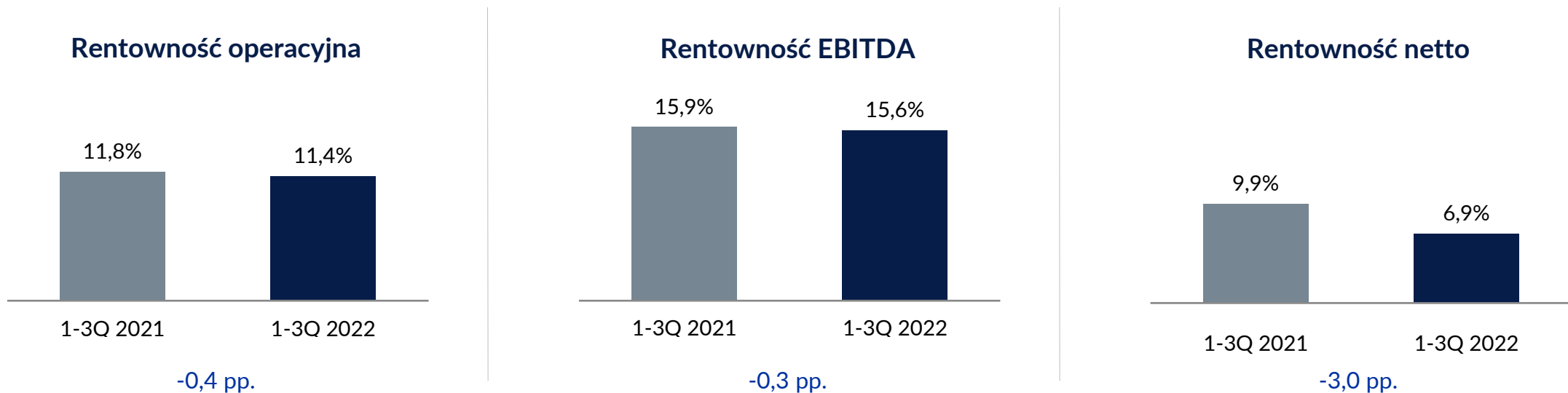
Spadek zysku netto to rezultat wzrostu kosztów obsługi zadłużenia (odsetki od kredytów) i wyższego podatku.

	3Q 2022	3Q 2021	Zmiana (r/r)
Przychody (w mln zł)	247,6	240,8	2,8%
EBIT (w mln zł)	31,8	30,6	3,8%
EBITDA (w mln zł)	41,0	39,8	2,9%
Zysk netto (w mln zł)	21,7	25,3	-14,1%

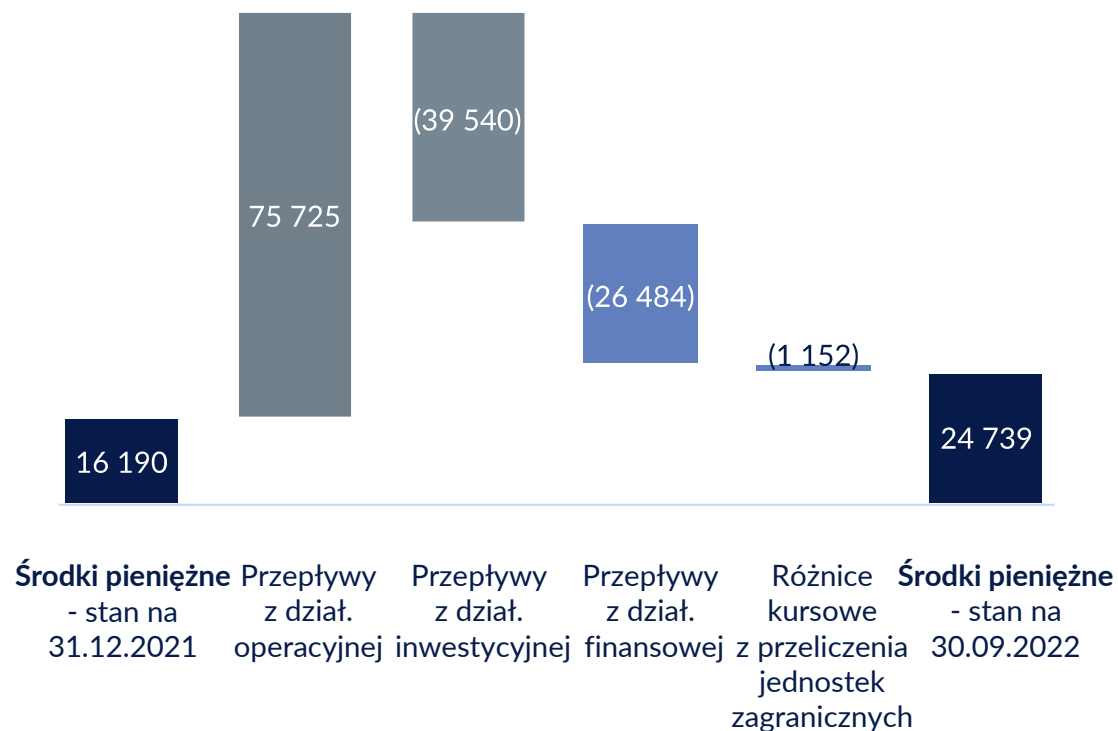
Grupa Kapitałowa Śnieżka w ciągu pierwszych 9 miesięcy 2022 r. osiągnęła niższe marże niż w analogicznym okresie poprzedniego roku: na zysku netto (o 3,0 pp.), EBIT (o 0,4 pp.), EBITDA (o 0,3 pp.), a także brutto na sprzedaży (o 1,5 pp.).

Na poziom marży brutto wpłynął przede wszystkim wzrost kosztu własnego sprzedaży, zwłaszcza cen surowców używanych do produkcji.

Na marżę zysku negatywnie przełożyły się wyższe koszty odsetkowe oraz kilkuprocentowy wzrost kosztów ogólnego zarządu.



Przepływy pieniężne Grupy Kapitałowej Śnieżka w 1-3Q 2022



W pierwszych dziewięciu miesiącach 2022 r. Grupa osiągnęła dodatnie przepływy pieniężne w wysokości 8 549 tys. zł (po korekcie o różnice kursowe). W rezultacie na koniec raportowanego okresu środki pieniężne i ich ekwiwalenty dla Grupy wynosiły 24 739 tys. zł.

- Dodatnie przepływy pieniężne z **działalności operacyjnej**

Na ich wielkość dodatnio wpłynęły przede wszystkim zysk brutto wypracowany przez Grupę w wysokości 59 482 tys. zł oraz dokonane korekty na kwotę 36 707 tys. zł (w tym koszty z tytułu odsetek 16 035 tys. zł oraz zapłacony podatek dochodowy 20 464 tys. zł).

- Ujemne przepływy z **działalności inwestycyjnej**

Spółki z Grupy wydały łącznie 45 301 tys. zł na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i aktywów niematerialnych. Za zdecydowaną większość tej kwoty odpowiadają wydatki poniesione związku z budową nowego Centrum Logistycznego.

- Ujemne przepływy z **działalności finansowej**

Obok wpływów z istniejących linii kredytowych na kwotę 261 068 tys. zł – wynikających z potrzeb inwestycyjnych, jak i bieżącej działalności operacyjnej – największy wpływ na przepływy z działalności finansowej miała częściowa spłata kredytów (236 457 tys. zł).

Na 30 września br. wartość aktywów Grupy wynosiła 864 104 tys. zł, o 33 014 tys. zł (4,0%) więcej r/r.

Wartość aktywów trwałych Grupy (67% jej aktywów ogółem) w ciągu roku wzrosła o 4%, do 579 124 tys. zł. To przede wszystkim wynik inwestycji rozwojowych realizowanych przez FFIL Śnieżka SA.

Główny składnik aktywów obrotowych Grupy stanowiły zapasy, których wartość zwiększyła się r/r o 5,4%.

Na koniec 3Q 2022 r. Grupa posiadała kapitał własny w wysokości 341 053 tys. zł, tj. o 1,4% wyższy r/r. Jednocześnie zwiększył się jej poziom zadłużenia zewnętrznego. Grupa w 39,5% finansowała swoją działalność ze środków własnych.

(w mln zł)	30.09.2022 r.	30.09.2021 r.	zmiana (r/r)
Aktywa trwałe	579,1	556,7	4,0%
Zapasy	126,2	119,8	5,4%
Należności z tyt. dostaw i usług oraz pozostałe należności	117,5	130,5	-9,9%
Kapitał własny	341,1	336,2	1,4%
Zobowiązania z tyt. dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	134,7	134,1	0,5%



Utrzymujące się niekorzystne otoczenie makroekonomiczne i geopolityczne najprawdopodobniej będzie miało największy wpływ na przyszłe wyniki Grupy.

Kluczowe będą:

- utrzymujące się niekorzystne otoczenie makroekonomiczne, m.in. rosnąca inflacja, rodzi obawy o kondycję konsumentów i w efekcie presję popytową, w tym również na wyroby Grupy (co może skutkować dalszym spadkiem wolumenów sprzedaży);
- niepewność związana z ewentualnym dalszym osłabieniem kursu złotego (podobnie jak innych walut w Europie Środkowej i Wschodniej), może przełożyć się na ceny surowców;
- zmaterializowanie się na rynku ukraińskim już większości największych ryzyk związanych z wojną, co pozwala na umiarkowany optymizm – nie można jednak wykluczyć, że pozytywne tendencje zostaną stłumione przez inne lub niezmaterializowane dotąd ryzyka (np. ryzyko zapaści tamtejszej gospodarki);
- ewentualnie dalszy wzrost kosztów obsługi zadłużenia – w wyniku ewentualnego kolejnego wzrostu stóp procentowych – będzie miał wpływ na zysk netto Grupy.

Grupa posiada szereg strategicznych przewag konkurencyjnych, w tym:

- silne marki, wdrożone procesy pricingowe, szerokie portfolio produktów (również produkty o dobrym stosunku jakości do ceny, tj. z segmentu value for money), sprawne kanały dystrybucji oraz strukturę kosztów sprzedaży w istotnej części o charakterze zmiennym;
- wykorzystanie zoptymalizowanych procesów logistycznych, które zapewnia nowoczesne Centrum Logistyczne w Zawadzie;
- digitalizacja kluczowych procesów w zagranicznych spółkach Grupy Śnieżka;
- nowoczesny park produkcyjny;
- silny cash flow, który umożliwi zmniejszenie wskaźnika długu netto do poziomu 1x skonsolidowana EBITDA w ciągu najbliższych kilku lat.

Długoterminowo Grupa będzie dążyć do ponoszenia wydatków inwestycyjnych (CAPEX) na poziomie amortyzacji.

ŚNIEŻKA SA Aktualny kurs akcji: 65.80 zł EN

**Inspirujemy kolorami.
Kreujemy przestrzeń.
Budujemy emocje.**

Zobacz więcej —

Struktura przychodów ze sprzedaży

Kraje Kategorie produktowe

Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej Śnieżka według krajów w 2021 r. Łączna przychody Grupy osiągnięta na wszystkich rynkach zagranicznych stanowiły w 2021 roku 93,7% jej całkowitych przychodów.

Zobacz więcej —

Kraj	Procent
Polska	65,2%
Ukraina	12,1%
Rosja	16,2%
Słowacja	2,1%
Czechy	4,4%

ŚNIEŻKA SA Aktualny kurs akcji: 65.80 zł EN

Raporty okresowe i prezentacje wyników

Home → BESS i inwestycje → Raporty → Raporty okresowe i prezentacje wyników

f t

	2022	2021	2020	2019	2018	2017
Raporty okresowe	1H 1Q	FY 3Q 1H 1Q	FY 3Q 1H 1Q	FY 3Q 1H 1Q	FY 3Q 1H 1Q	FY 3Q 1H 1Q
Prezentacje wyników	1H 1Q	3Q	3Q 1H 1Q	FY 3Q 1H 1Q	1H	FY 3Q 1H 1Q
XBRL		FY				
Komentarz do wyników	1H 1Q	FY 3Q 1H 1Q	FY 1H 1Q	FY 1H 1Q	FY 3Q 1Q	FY 3Q 1H 1Q
Spreadsheet	1H 1Q	FY				
Factsheet	1H 1Q					

Aktywa i kluczowe rynki zbytu grupy

Grupa Kapitałowa Śnieżka aktywnie działa w Polsce i na kilkunastu rynkach zagranicznych.

MAGNAT Śnieżka POLI-FARBE

WIDAROW RAFIL FOVEO

Głównymi linkami dla Grupy w 2021 roku: sprzedaż, Zakłady produkcyjne



Skonsolidowane

(w tys. zł)	Na dzień/okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2022	Na dzień/okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021
Przychody netto ze sprzedaży	651 023	650 360
Zysk z działalności operacyjnej	74 093	76 558
Zysk brutto	59 482	76 303
Zysk netto	44 691	64 268
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	75 725	107 716
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(39 540)	(77 347)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(26 484)	(32 038)
Przepływy pieniężne netto razem	9 701	(1 669)
Aktywa razem	864 104	831 090
Zobowiązania razem	523 051	494 896
Zobowiązania długoterminowe	212 946	155 901
Zobowiązania krótkoterminowe	310 105	338 995
Kapitał własny	341 053	336 194

* Spółka dokonała zmiany prezentacji przychodów z dywidend od spółek zależnych. Spółka prezentuje je w odrębnej linii rachunku zysków i strat, w ramach zysku z działalności operacyjnej („Przychody z dywidend”) – nie w wyniku na działalności finansowej.

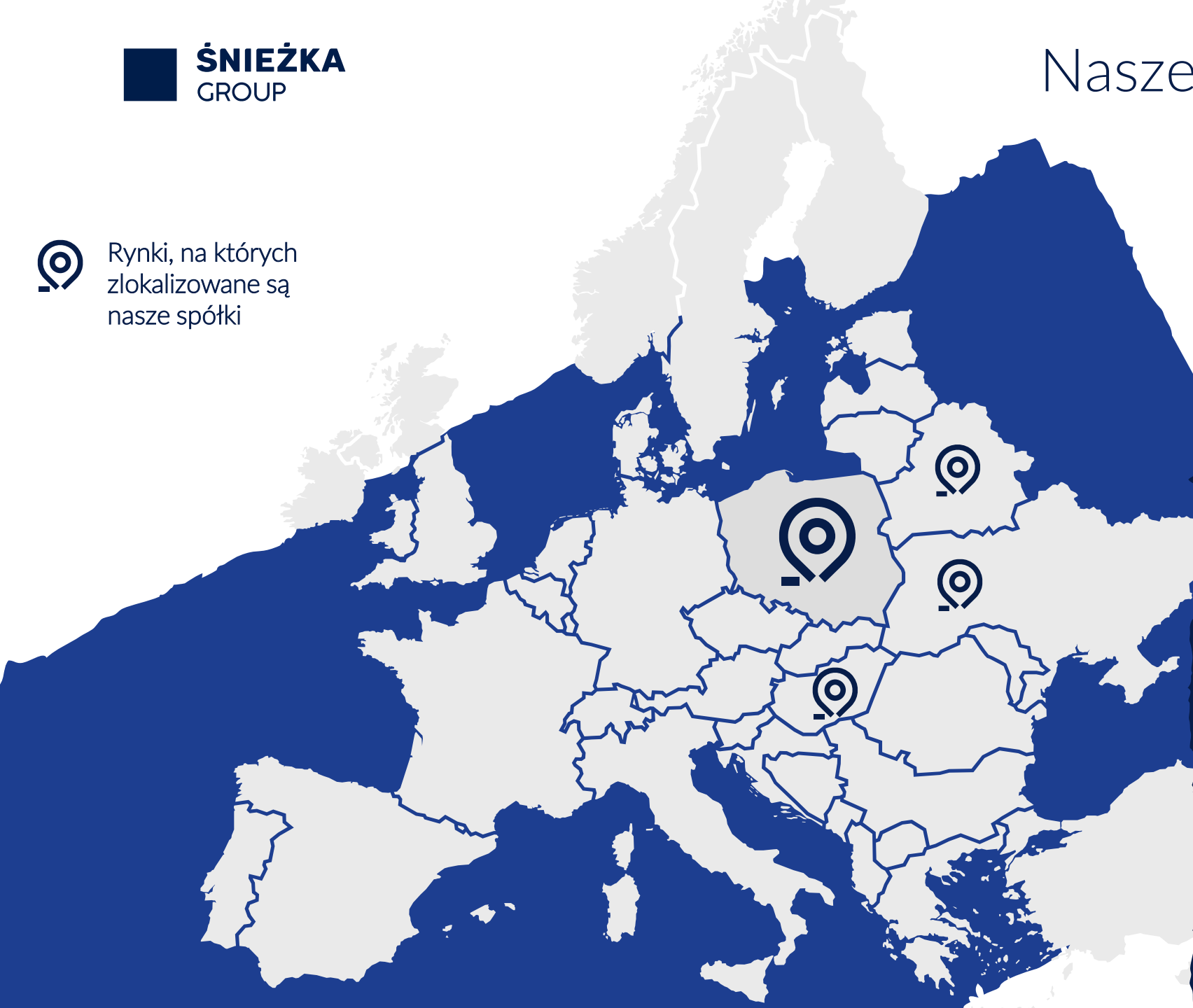
Wybrane dane finansowe

Jednostkowe

(w tys. zł)	Na dzień/okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2022	Na dzień/okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2021
Przychody netto ze sprzedaży	414 979	392 543
Zysk z działalności operacyjnej	54 631	61 660
– w tym przychody z dywidend*	31 375	40 315
Zysk brutto	32 259	55 503
Zysk netto	29 045	52 766
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	33 756	(55 908)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(12 109)	(29 304)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(27 626)	83 732
Przepływy pieniężne netto razem	(5 979)	(1 480)
Aktywa razem	879 153	812 740
Zobowiązania razem	651 146	590 604
Zobowiązania długoterminowe	484 458	413 627
Zobowiązania krótkoterminowe	166 688	176 977
Kapitał własny	228 007	222 136

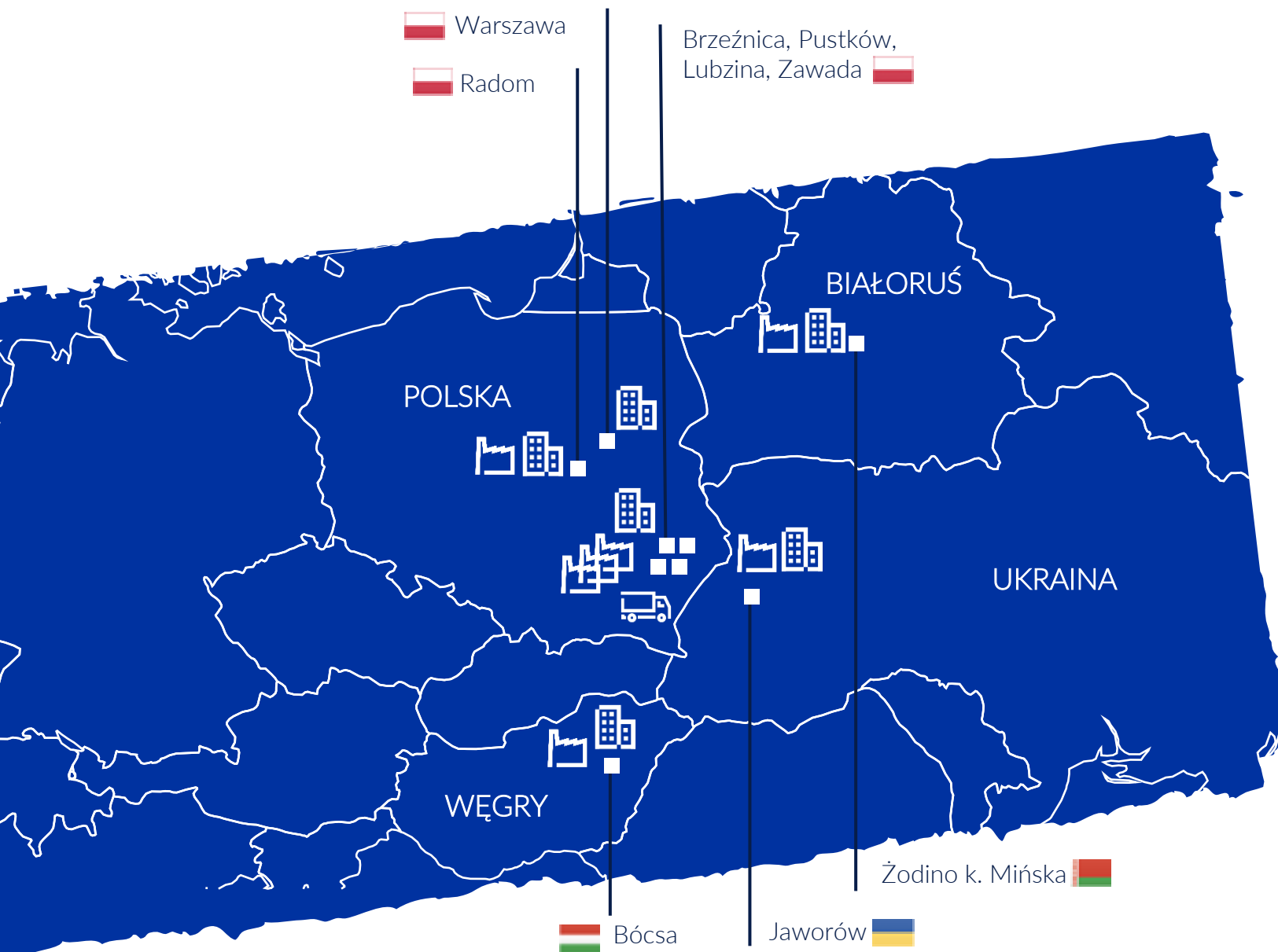


Rynki, na których
zlokalizowane są
nasze spółki



Pozostałe rynki zagraniczne,
na których aktywnie
działamy:

Mołdawia,
Litwa,
Kazachstan,
Czechy,
Słowacja,
Rumunia,
Gruzja,
Armenia,
Serbia,
Algieria



7 zakładów produkcyjnych



4 kraje, w których zlokalizowane są nasze biura, zakłady i magazyny



Biura



Centrum Logistyczne





Produkty przeznaczone dla najbardziej wymagających klientów, ceniących jakość i styl. W portfolio tej innowacyjnej marki premium znajdują się wysokiej jakości farby ceramiczne, które charakteryzują się trwałością koloru, niebanalną gamą barw, odpornością na plamy i zabrudzenia oraz intensywnym użytkowaniem. Magnat to także struktury dające wiele możliwości dekoracyjnych, imitujące różne powierzchnie: od „surowego” betonu, „przetartego” tynku, po szlifowany marmur czy perłowy połysk. Portfolio marki uzupełniają także narzędzia malarskie, które cechuje wysoka jakość wykonania oraz komfort użytkowania.



Podstawowa marka Grupy, w ramach której oferowany jest szeroki zakres produktów. W jej portfolio mieszczą się grupy produktów przeznaczonych do ochrony i dekoracji różnorodnych podłoży, użytkowanych zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz pomieszczeń (m.in. farby do ścian i fasad, wyroby do malowania metalu i drewna, a także gładzie szpachlowe do ścian). To kompleksowa oferta zaspokajająca potrzeby na każdym etapie wykańczania czy remontu domu i mieszkania.



Marka parasolowa, w ofercie której znajduje się szerokie portfolio produktów przeznaczonych do ochrony i dekoracji różnych powierzchni. Mieszczą się w nim m.in. jedne z najbardziej rozpoznawalnych (sub)marek na węgierskim rynku: Platinum oraz Inntaler (m.in. emulsje do wnętrz i fasad), Cellkolor (farby do drewna i metalu) oraz Boróka (preparaty do ochrony i dekoracji drewna).



Marka wysokiej jakości produktów do ochrony i dekoracji drewna. Oferta marki została przygotowana z myślą o wszystkich, którzy chcą w kompleksowy sposób zadbać o drewno użytkowane zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz pomieszczeń. Portfolio marki obejmuje m.in.: wysokiej jakości impregnaty chroniące w kompleksowy sposób drewno zarówno od środka (impregnat gruntujący), jak i z zewnątrz (impregnat powłokotwórczy), a także impregnat renowacyjny przeznaczony do wcześniej malowanego drewna, lakierobejce oraz oleje i lakiery.



Marka, w ofercie której znajdują się podkładowe i nawierzchniowe antykorozyjne farby przemysłowe. W jej portfolio mieszczą się systemy alkidowe, poliwinylowe, poliuretanowe, epoksydowe i termoodporne. W ofercie marki znajdują się przyjazne środowisku wyroby o obniżonej zawartości rozcieńczalników organicznych oraz produkty wodorozcieńczalne. Rafil oferuje także farby na dach, farby na posadzkę oraz farby do malowania ogrodzeń, okien i drzwi.

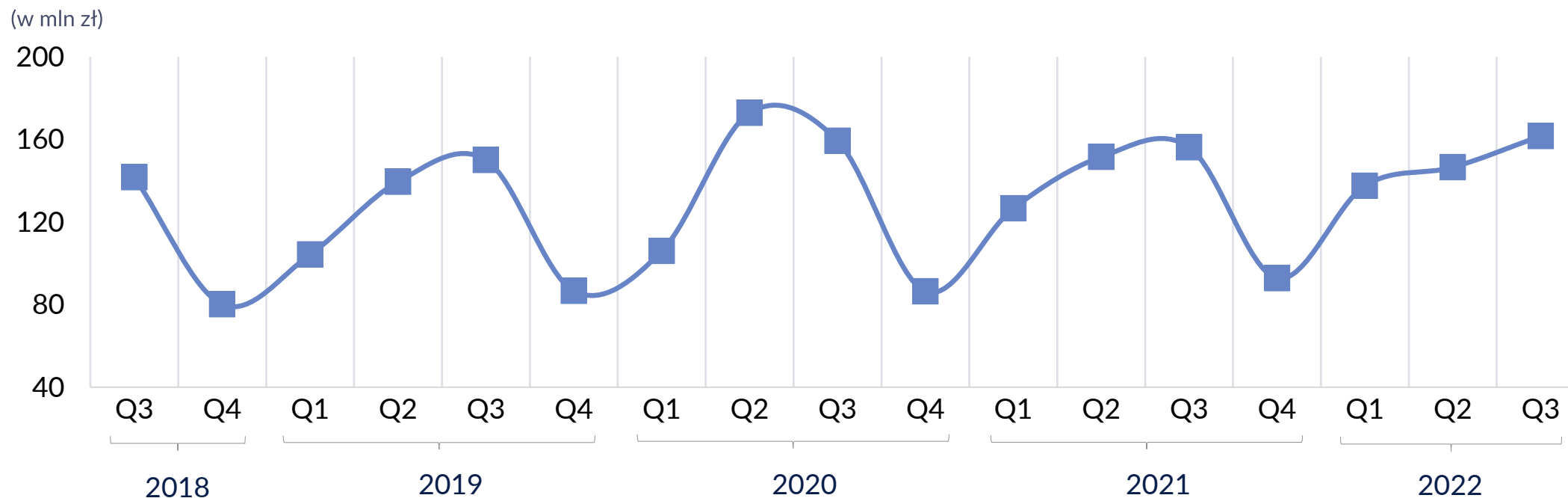


Marka profesjonalnych systemów ociepleń budynków, oparta na doskonałej jakości tynkach dekoracyjnych i farbach fasadowych, występujących w bogatej gamie kolorystycznej. Znajdują one szerokie zastosowanie zarówno na budynkach nowo wznoszonych, jak i już istniejących. To wysokiej jakości materiały do renowacji budynków pod kątem izolacji cieplnej, ochrony ich konstrukcji i zmiany wyglądu zewnętrznego.

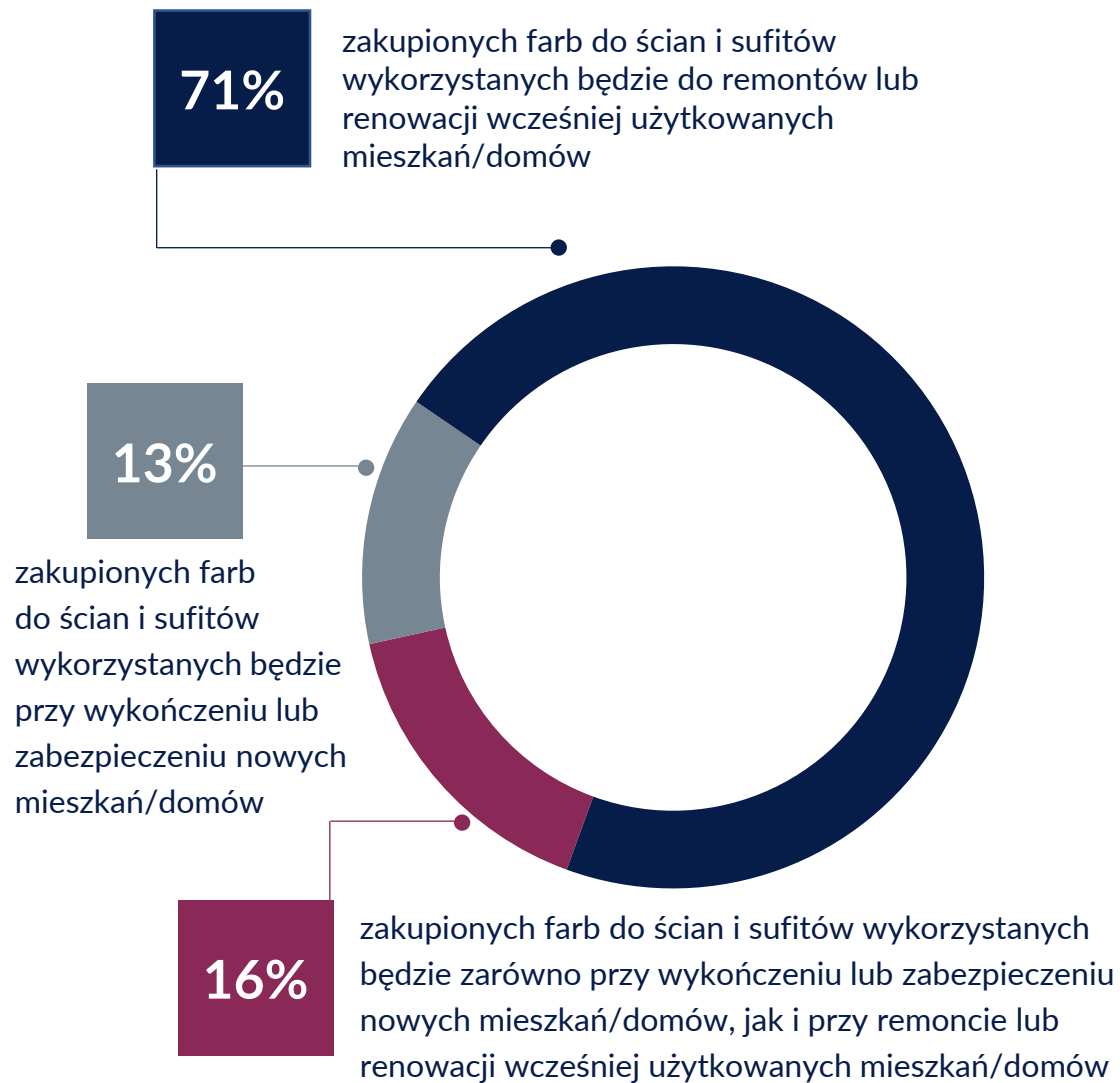
W branży występuje **zjawisko sezonowości**, związane z natężeniem prac remontowo-budowlanych w poszczególnych okresach roku (jest ono zazwyczaj wyższe w okresie wiosenno-letnim).

Grupa zazwyczaj osiąga **wyższe przychody w II i III kwartale** każdego roku obrotowego. W 2021 r. przychody osiągnięte w II i III kwartale stanowiły 58,8% skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży.

Sezonowość sprzedaży Grupy Śnieżka w Polsce



Farby dekoracyjne – wykorzystanie*



Głównymi graczami działającymi na rynku farb i preparatów do ochrony i dekoracji drewna w Polsce (które łącznie odpowiadają za ponad 80% sprzedaży) są:

- PPG Deco Polska i Tikkurila Polska (od czerwca 2021 r. kontrolowana przez PPG),
- Grupa Kapitałowa Śnieżka,
- AkzoNobel Polska.



Producent farb, lakierów, materiałów chemicznych, wyrobów optycznych, szkła i włókien szklanych, notowany na New York Stock Exchange.

Główne marki to:

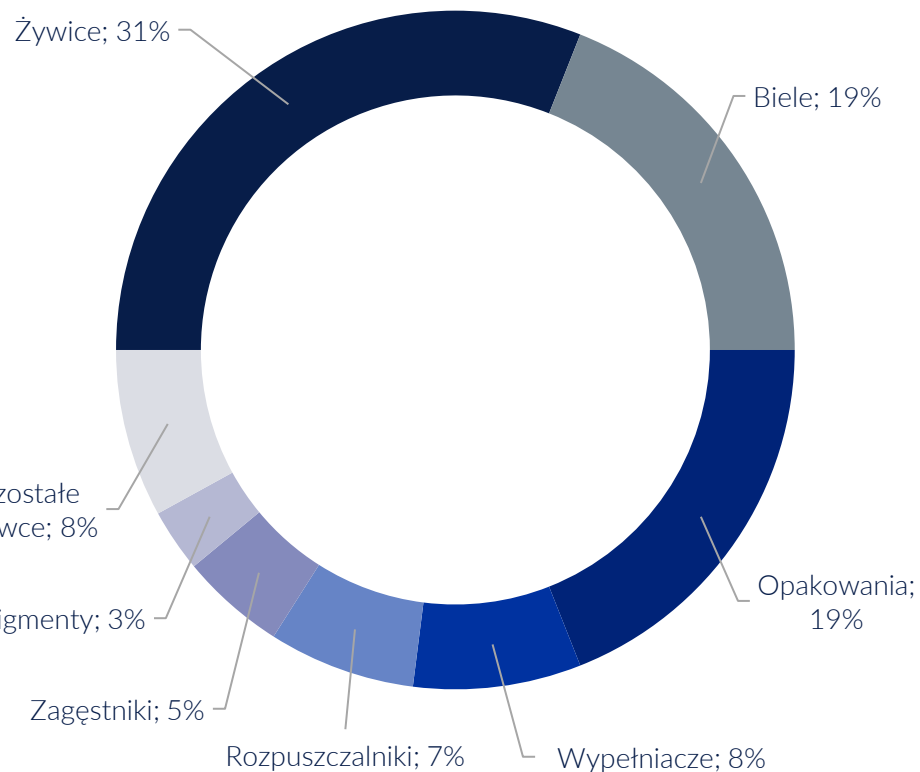


Holenderski producent farb i lakierów oraz chemii specjalistycznej, notowany na Euronext Amsterdam.

Główne marki to:



Surowce do produkcji farb



Żywice – substancje naturalne albo syntetyczne, które wiążą pigmenty i substancje wypełniające (wypełniacze) w farbach ze sobą oraz z podłożem. Odpowiadają za takie właściwości farb jak odporność na zmywanie, odporność na szorowanie i połysk. Zwykle im większa zawartość żywic, tym wyższa jest jakość i odporność farby.

Biel tytanowa – główny surowiec wykorzystywany do produkcji farb o dużej zdolności krycia. Jest pozyskiwana metodą siarczanową (starszą) albo chlorkową (nowszą) – pozwalającą otrzymać biel tytanową lepszej jakości, stosowaną przy produkcji wysokiej jakości farb (to jej używają spółki Grupy).

Wypełniacze – substancje nierozpuszczalne w spoiwie ani w wodzie, stosowane do modyfikacji lub wpływania na niektóre właściwości fizyczne farb. Wypełniacze regulują lepkość, grubość i strukturę powłoki, a także stopień połysku/matowości farby.

Pigmenty – substancje używane do barwienia farb i lakierów. Ze względu na pochodzenie dzielą się na organiczne i nieorganiczne. Z reguły większy udział pigmentów w składzie farby przekłada się na wyższą zdolność krycia. Jednym z najpopularniejszych pigmentów używanych do produkcji farb jest biel tytanowa.

Rozcieńczalnik – rozcieńczalnikiem może być woda lub rozpuszczalnik (np. benzyna lakiowa, ksylen). Odpowiada za właściwości aplikacyjne, takie jak grubość warstwy nakładanej przy użyciu narzędzia malarskiego, łatwość aplikacji oraz czas schnięcia. W farbach emulsyjnych rozcieńczalnikiem jest woda.

Wybrane nagrody i wyróżnienia



Nagroda SAP Innovation Awards

Śnieżka otrzymała nagrodę za kompleksowy proces cyfrowej transformacji. Projekt pod nazwą Change IT zrealizowano w latach 2018–2021. Efektem jest usprawnienie zarządzania procesami i zwiększenie efektywności Śnieżki.

Cyfryzacja objęła umiejscowione na Podkarpaciu spółki z Grupy Śnieżka. Change IT był jednym z największych zakończonych sukcesem projektów digitalizacji w regionie CEE.

Forbes

Ranking Największych Polskich Prywatnych Spółek Dywidendowych

Wypłata dywidendy w wysokości 31,5 mln zł (2,5 zł na akcję) z zysku za 2021 r. przyniosła spółce 33 miejsce w zestawieniu „Forbesa”. Śnieżka wypłaciła dywidendę już po raz 19. –jak każdego roku od swojego giełdowego debiutu.

Regularne dzielenie się wypracowanym zyskiem jest dla Śnieżki ważnym elementem relacji z akcjonariuszami.

Od momentu pojawienia się spółki na parkiecie giełdowym w 2003 r. suma wypłacanych przez nią corocznie dywidend wyniosła już 479 mln zł.

Forbes

Ranking 100 Największych Polskich Firm Prywatnych

Śnieżka kolejny rok z rzędu i łącznie po raz siódmy została zaklasyfikowana do rankingu magazynu „Forbes” jako jedna z setki największych w kraju firm prywatnych. W zestawieniu przygotowanym przez redakcję spółka zajęła 87. miejsce.

Miejsce w rankingu zostaje określone na bazie wartości przedsiębiorstwa, którą oblicza się w oparciu o wskaźnik EV (z ang. Enterprise Value). W tym roku wartość Śnieżki oszacowano na 1 077 mln zł.

Zapoznanie się z treścią niniejszej Prezentacji („Prezentacja”) lub udział w spotkaniu, na którym niniejsza Prezentacja jest przedstawiana lub omawiana, uznaje się za akceptację treści poniższego zastrzeżenia prawnego.

Niniejsza Prezentacja została przygotowana przez spółkę Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA z siedzibą w Warszawie („FFiL Śnieżka SA” lub „Spółka”) wyłącznie w celach informacyjnych. Ani niniejsza Prezentacja, ani jakakolwiek kopia niniejszej Prezentacji nie może być powielana, rozpowszechniana ani przekazywana, bezpośrednio lub pośrednio, w jakikolwiek sposób bez wiedzy i zgody Spółki. Powielanie, rozpowszechnianie i przekazywanie niniejszej Prezentacji w innych jurysdykcjach może podlegać ograniczeniom prawnym, a osoby, do których może ona dotrzeć, powinny zapoznać się z wszelkimi tego rodzaju ograniczeniami oraz stosować się do nich. Nieprzestrzeganie tych ograniczeń może stanowić naruszenie obowiązującego prawa.

Niniejsza Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej lub handlowej FFiL Śnieżka SA ani Grupy Kapitałowej Śnieżka („Grupa”), jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. Śnieżka przygotowała Prezentację z należytą starannością, jednak może ona zawierać pewne nieścisłości lub opuszczenia. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie do jakichkolwiek papierów wartościowych wyemitowanych przez Spółkę lub jej spółkę zależną opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych komunikatach Spółki zgodnie z przepisami prawa obowiązującymi Spółkę.

Niniejsza Prezentacja oraz związane z nią slajdy oraz ich opisy mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości. Jednakże takie prognozy nie mogą być odbierane jako zapewnienie czy projekcje co do oczekiwanych przyszłych wyników Spółki lub spółek Grupy Śnieżka. Prezentacja nie może być rozumiana jako prognoza przyszłych wyników FFiL Śnieżka SA i Grupy.

Należy zauważyć, że tego rodzaju stwierdzenia, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwań co do przyszłych wyników finansowych, nie stanowią gwarancji czy zapewnienia, że takie zostaną osiągnięte w przyszłości. Prognozy Zarządu są oparte na bieżących oczekiwaniach lub poglądach członków Zarządu Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki osiągnięte przez Spółkę będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza wiedzą, świadomością i/lub kontrolą Spółki czy możliwością ich przewidzenia przez Spółkę. Niniejsza Prezentacja nie stanowi rekomendacji inwestycyjnej bądź informacji rekomendującej lub sugerującej strategię inwestycyjną.

W odniesieniu do wyczerpującego charakteru lub rzetelności informacji przedstawionych w niniejszej Prezentacji nie mogą być udzielone żadne zapewnienia ani oświadczenia w sposób wyraźny lub dorozumiany. Grupa, spółki należące do Grupy ani członkowie jej organów, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy, akcjonariusze lub przedstawiciele takich osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z dowolnego wykorzystania niniejszej Prezentacji. Ponadto żadne informacje zawarte w niniejszej Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony Grupy, jej kierownictwa czy dyrektorów, akcjonariuszy, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób. Dane statystyczne lub informacje dotyczące rynku, na którym działa Spółka, Grupa lub spółki należące do Grupy, wykorzystane w niniejszej prezentacji zostały pozyskane ze źródeł wskazanych w treści niniejszej Prezentacji i nie zostały poddane dodatkowej lub niezależnej weryfikacji. Niniejsza Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym. Niniejsza Prezentacja nie stanowi oferty ani zaproszenia do dokonania zakupu bądź zapisu na jakiejkolwiek papierze wartościowym w dowolnej jurysdykcji i żadne postanowienia w niej zawarte nie będą stanowić podstawy żadnej umowy, zobowiązania lub decyzji inwestycyjnej, ani też nie należy polegać na Prezentacji w związku z jakąkolwiek umową, zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną. Spółka i pozostałe spółki należące do Grupy ani członkowie organów, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy, akcjonariusze lub przedstawiciele takich osób nie są zobowiązani do przekazywania odbiorcom niniejszej Prezentacji bądź do wiadomości publicznej dodatkowych informacji, jak również aktualizowania jej treści.



Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA
siedziba spółki:
Warszawa, ul. Chłodna 51
adres do korespondencji:
39-207 Brzeźnica, ul. Dębicka 44

FFiL Śnieżka SA

Aleksandra Małozieć

tel. +48 667 660 399

NOBILI PARTNERS Sp. z o.o.

Dariusz Grębosz

tel. +48 513 284 119

NOBILI
PARTNERS

