

17 listopada 2022 r.

Grupa Śnieżka obroniła wyniki sprzedaży pomimo trudnego sezonu

Po pierwszych trzech kwartałach 2022 r. Grupa Śnieżka osiągnęła nieznacznie wyższe przychody niż przed rokiem. To rezultat lepszego wyniku sprzedaży w Polsce oraz wyraźnej odbudowy popytu na produkty Śnieżki na rynku ukraińskim – pomimo trwającej w tym kraju wojny. Zyski Grupy były jednak pod silnym wpływem skutków wzrostu stóp procentowych i rosnących kosztów.

W ciągu pierwszych trzech kwartałów br. Grupa Śnieżka wypracowała przychody ze sprzedaży w wysokości 651,0 mln zł, tj. o 0,1% wyższe niż rok wcześniej. To przede wszystkim efekt wyższej o 2,6% sprzedaży na kluczowym dla Śnieżki rynku polskim, który stabilnie odpowiada za około 70% sprzedaży Grupy.

Śnieżka zwiększyła sprzedaż w Polsce, pomimo że w okresie styczeń-wrzesień 2022 r. cały rynek farb i lakierów zanotował jednocyfrowy spadek procentowy w ujęciu wartościowym oraz istotny pod względem wolumenowym (spadek ilości sprzedanych wyrobów). Na solidne wyniki na polskim rynku, w zakończonym już sezonie 2022 – charakteryzującym się stosunkowo dobrą, sprzyjającą remontom pogodą od wiosny do jesieni – wpłynęły dwa czynniki. Były to: utrzymujące się trendy konsumenckie wyboru produktów premium, a także realizowane przez Grupę działania marketingowo-sprzedażowe oraz dynamiczna polityka pricingowa.

– Nasze wyniki na rodzimym rynku są dobre, bo Polacy znają i chętnie wybierają polskie produkty m.in. marek Magnat, Vidaron i Śnieżka. Procentuje budowane od lat zaufanie do naszych wyrobów, zarówno wśród klientów końcowych, jak i naszych partnerów biznesowych. To fundament naszej strategii handlowej, która okazuje się efektywna szczególnie w tak trudnych czasach. Potwierdza to zwiększenie przez nas udziałów rynkowych po tegorocznym sezonie – podsumowuje Joanna Wróbel-Lipa, wiceprezes zarządu FFil Śnieżka SA.

Choć w wynikach tegorocznego sezonu tego nie widać, to Śnieżka obserwuje, że rosnąca inflacja i utrzymujące się niekorzystne otoczenie makroekonomiczne negatywnie wpływają na nastroje konsumentów w Polsce. To z kolei przekłada się na osłabienie popytu, w tym także na wyroby dekoracyjne.

Ograniczenie spadku sprzedaży w Ukrainie, stabilny wolumen sprzedaży na rynku węgierskim

Wyniki sezonu 2022 w Ukrainie – w kontekście toczącej się w wielu regionach kraju wojny na pełną skalę – są pozytywnym zaskoczeniem. W II i III kwartale br. popyt na wyroby Grupy na ukraińskim rynku stopniowo rósł (zwłaszcza w zachodniej i centralnej Ukrainie). Przełożyło się to na realizację przychodów za okres styczeń-wrzesień br. na poziomie 53,1 mln zł. Oznacza to ograniczenie spadku sprzedaży do -15,2% r/r (wobec spadku o 28,2% r/r odnotowanego w pierwszym półroczu br.). W rezultacie udział rynku ukraińskiego w przychodach Grupy Śnieżka w porównaniu z poprzednim kwartałem zwiększył się o 1,8 pp. do 8,2%.

Pomimo poprawy sytuacji w III kwartale br., pozostaje ona wciąż niepewna i pod wieloma względami wymagająca. Dlatego niemożliwe jest szacowanie wpływu skutków wojny w Ukrainie na przyszłe wyniki Grupy.

Przychody Grupy na rynku węgierskim wyniosły 113,1 mln zł, co oznacza spadek o 3,4% r/r. Jest to przede wszystkim efekt osłabienia się węgierskiego forinta w stosunku do polskiego złotego. W walucie lokalnej, czyli

w forintach, Grupa zanotowała wzrost sprzedaży o 8,7%. Wolumen sprzedaży był na podobnym poziomie jak rok wcześniej. Na rynku węgierskim Grupa mierzy się z podobnymi wyzwaniami jak na polskim rynku, skutkującymi rosnącymi kosztami prowadzenia działalności.

Przychody na rynku węgierskim miały w omawianym okresie 17,4% udziału w całkowitych przychodach Grupy Śnieżka, a na rynku ukraińskim 8,2%. Na pozostałych rynkach, na których sprzedawane są produkty Grupy, sprzedaż wyniosła 39,1 mln zł, tj. była o 7,7% wyższa niż w pierwszych dziewięciu miesiącach ub.r.

Rosnące koszty obsługi długu zmniejszyły zysk

W okresie pierwszych trzech kwartałów br. Grupa osiągnęła: zysk na działalności operacyjnej w wysokości 74,1 mln zł (-3,2% r/r), wynik EBITDA w wysokości 101,4 mln zł (-1,9% r/r) a skonsolidowany zysk netto w wysokości 44,7 mln zł (-30,5% r/r).

– Nasze wyniki finansowe pokazują, że głównym wyzwaniem dla Grupy w sezonie 2022 były czynniki zewnętrzne, przede wszystkim rosnące koszty. Jednak przygotowaliśmy się na gorsze czasy tak dobrze, jak to było możliwe, co m.in. potwierdzają niewielkie spadki zysków na poziomie operacyjnym. We właściwy sposób przewidzieliśmy trendy i odpowiednio na nie reagowaliśmy – komentuje Piotr Mikrut, prezes zarządu FFIL Śnieżka SA.

Na wysokość zysku netto Grupy osiągniętego w okresie styczeń-wrzesień 2022 roku wpływ miały przede wszystkim wzrost kosztów obsługi zadłużenia (odsetki od zaciągniętych kredytów). Rosły również koszty ogólne prowadzenia działalności i odprowadzono wyższy podatek dochodowy. Z kolei pozytywnie na wyniki wpłynęło ograniczenie kosztów sprzedaży, wzrost przychodów ze sprzedaży i wcześniej zapowiadane ograniczenie wydatków inwestycyjnych Grupy.

Kontakt dla mediów:

Aleksandra Małozieć
Dyrektor ds. Komunikacji Korporacyjnej i ESG
FFIL Śnieżka SA
tel. kom. +48 667 660 399
aleksandra.maloziec@sniezka.com

Dariusz Grębosz
NOBILI PARTNERS
tel. kom. +48 513 284 119
dariusz.grebosz@nobili.pl