ŚNIEŻKA
SA

Prezentacja wyników Grupy Śnieżka za 1Q 2023 r.

17 maja 2023 r.

ŚNIEŻKA
GROUP

ŚNIEŻKA GROUP

Agenda prezentacji

Podsumowanie s. 3

Otoczenie s. 5-7

Wyniki s. 9-16

Outlook s. 18-19

Załączniki s. 21-32

ŚNIEŻKA GROUP

Podsumowanie 1Q 2023

Wyniki sprzedaży:

- **Dobre wyniki sprzedaży w 1Q 2023** w Polsce oraz Ukrainie.
- Wyniki na kluczowych rynkach:
  - **rynek polski: wzrost sprzedaży** związany z przygotowaniami do sezonu w kanałach dystrybucji;
  - **rynek węgierski: spadek przychodów** w związku z istotnym obniżeniem siły nabywczej tamtejszych konsumentów i pogorszeniem nastrojów konsumenckich;
  - **wzrost sprzedaży na rynku ukraińskim** wynikający z ograniczonej działalności w 1Q ub.r. (efekt niskiej bazy), wysokiego obecnie popytu na wybrane produkty Grupy oraz silnej pozycji konkurencyjnej Śnieżki-Ukraina.

Wyniki finansowe:

- na marże wpłynęła pozytywnie skuteczna realizacja polityki pricingowej i aktywność marketingowo-sprzedażowa;
- dalsza redukcja CAPEX-u.

ŚNIEŻKA GROUP

Agenda prezentacji

Podsumowanie
s. 3

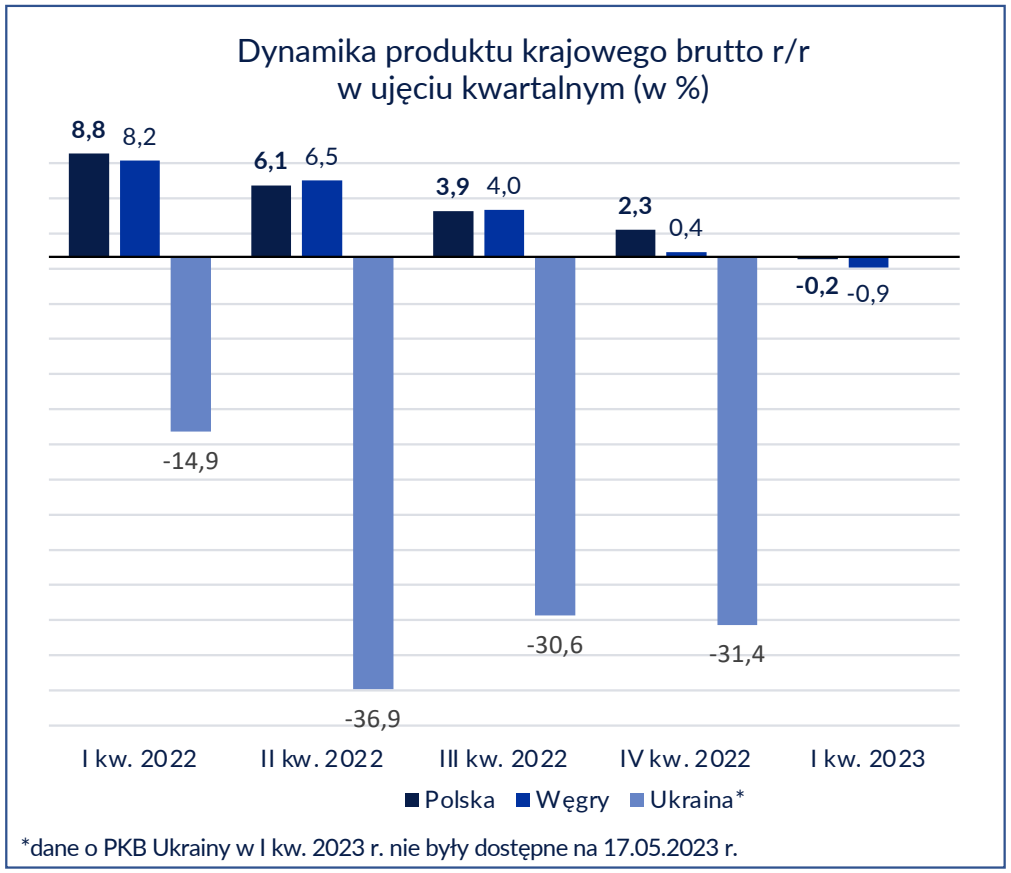
Otoczenie
s. 5-7

Wyniki
s. 9-16

Outlook
s. 18-19

Załączniki
s. 21-32

Makro 1/3 (PKB na kluczowych rynkach)



*dane o PKB Ukrainy w I kw. 2023 r. nie były dostępne na 17.05.2023 r.

Polska

- według GUS gospodarka Polski urosła w 2022 r. o 5,1% r/r, choć tempo wzrostu gospodarczego obniżało się w kolejnych kwartałach
- spadek PKB w I kwartale 2023 r. do -0,2%
- prognozy PKB w 2023 r. na poziomie między 0,3 a 0,9%

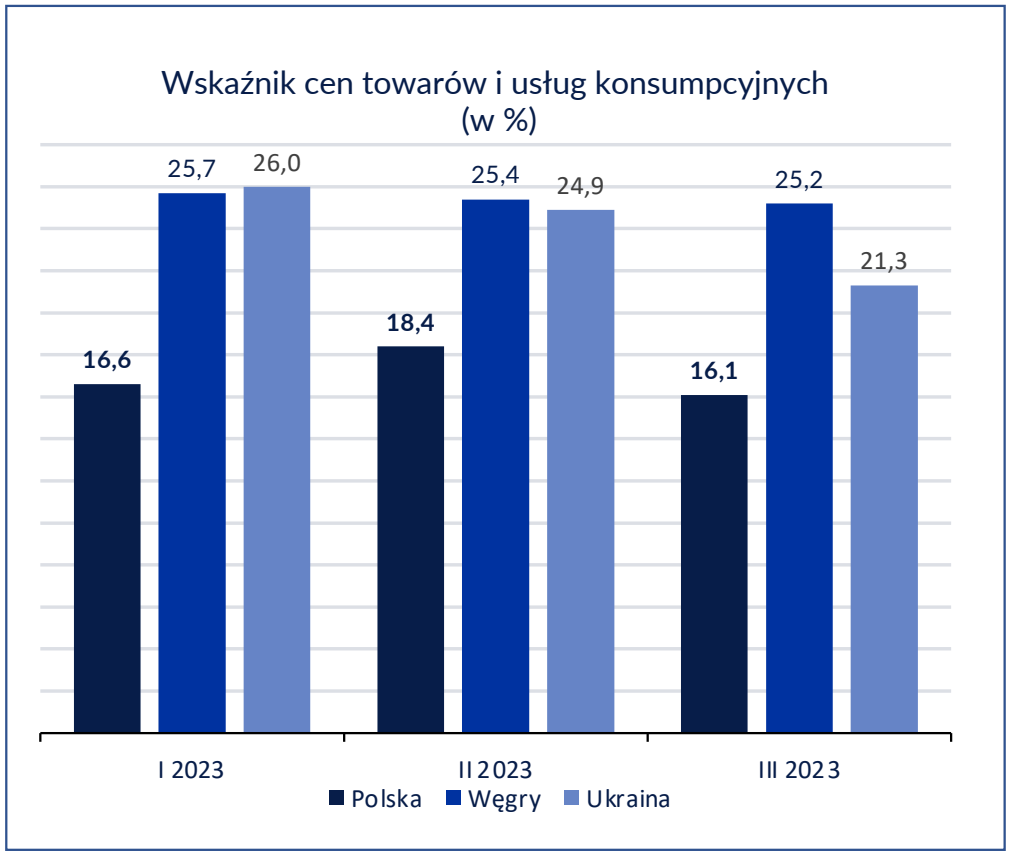
Węgry

- w skali całego 2022 r. PKB Węgier wzrósł o 4,6%, ale w I kwartale 2023 r. odnotowano spadek -0,9%
- prognozy dla PKB Węgier w 2023 r. sięgają ok. 0,5%

Ukraina

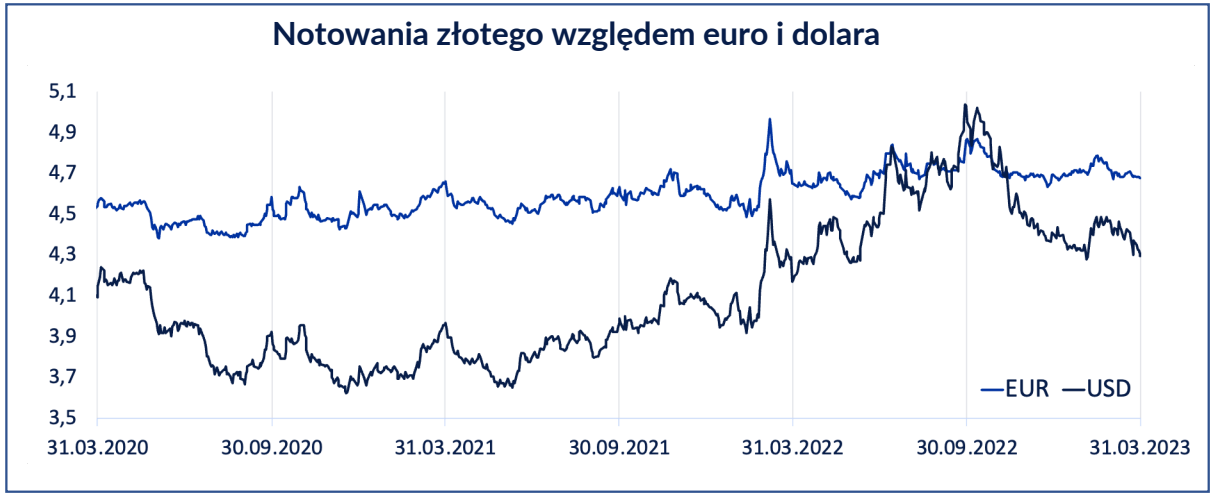
- według Narodowego Banku Ukrainy spadek realnego PKB za 2022 r. wynosi -29,1%
- według wstępnych danych w I kwartale 2023 r. gospodarka zaczęła się odradzać

Makro 2/3 (inflacja na kluczowych rynkach)



- wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych (inflacja CPI) wzrósł w pierwszym kwartale o 17,0% r/r
- według centralnej projekcji NBP w każdym kolejnym kwartale aż do końca 2025 r. należy się spodziewać niższej dynamiki inflacji
- marcowy raport MNB przewiduje, że inflacja na Węgrzech będzie znacząco wyhamowywać w każdym kolejnym kwartale i osiągnie w całym roku między 15,0% a 19,5%
- w Ukrainie w 2023 roku inflacja ustabilizowała się, choć wciąż pozostaje na wysokim poziomie

Makro 3/3 (EUR/PLN, USD/PLN, HUF/PLN)



- kurs **euro** w I kw. 2023 r. wahał się w granicach 4,67–4,79 zł, **dolara amerykańskiego** w granicach 4,28–4,49 zł
- średni kurs NBP **EUR/PLN** w I kw. 2023 r. wyniósł 4,7096, **USD/PLN** 4,3905
- umocnienie złotego względem euro wyniosło 0,3%
- umocnienie złotego względem dolara wyniosło 2,5% (liczone na bazie kursu z krańcowych dat analizowanego okresu)

- kurs **100 HUF/PLN** w I kw. 2023 r. wahał się w granicach 1,16–1,26
- średni kurs NBP 100 HUF/PLN I kw. 2023 r. wyniósł 1,2121, podczas gdy I kw. 2022 r. wynosił 1,2686
- osłabienie złotego względem forinta wyniosło 4,8% (liczone na bazie kursu z krańcowych dat analizowanego okresu)

ŚNIEŻKA GROUP

Agenda prezentacji

Podsumowanie s. 3

Otoczenie s. 5-7

Wyniki s. 9-16

Outlook s. 18-19

Załączniki s. 21-32

ŚNIEŻKA GROUP

Podsumowanie wyników

201,4 mln zł

przychodów **(+6,1% r/r)**

- wyższa sprzedaż na dominującym dla Grupy rynku polskim, wysoka dynamika w Ukrainie
- utrzymująca się premiumizacja rynku (Polska)
- efektywna realizacja długoterminowej strategii pricingowej
- spadek siły nabywczej i nastrojów konsumenckich
- niepewność związana z konfliktem zbrojnym w Ukrainie

17,2 mln zł

zysku netto (+43,9% r/r)

- znacznie wyższe koszty obsługi zadłużenia
- spadek kosztu własnego sprzedaży
- wyższe koszty ogólne
- wzrost kosztów sprzedaży

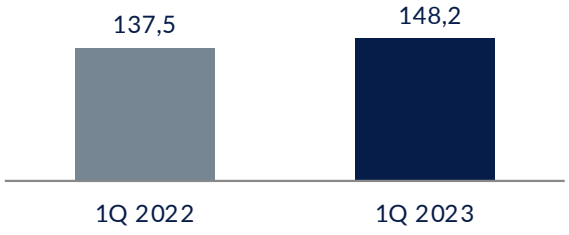
18,6%

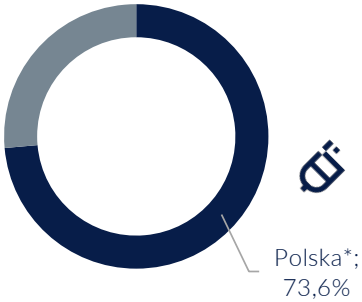
marży EBITDA (+4,6 pp. r/r)

- wyższe marże r/r, głównie dzięki poprawie marży brutto

Kluczowe rynki – Polska (1/3)

Rynek polski
(w mln zł)





* udział w strukturze sprzedaży w 1Q 2023 r.

148 248 tys. zł – przychody ze sprzedaży na rynku polskim:

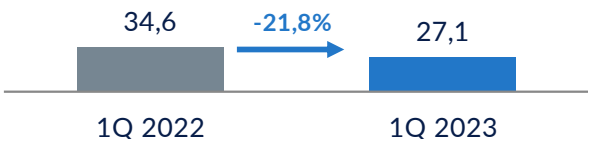
- udział w strukturze sprzedaży w 1Q 2023 r.: 73,6%,
- wzrost przychodów ze sprzedaży r/r o 7,8%.

Wzrost wartości sprzedaży w Polsce wynikał m.in. z:

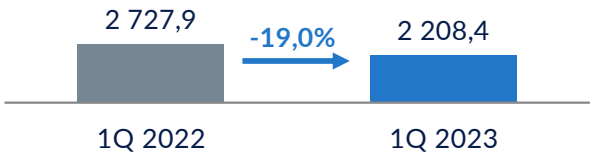
- odpowiednio kształtowanej polityki pricingowej,
- aktywności marketingowo-sprzedażowych,
- utrzymującej się migracji klientów w kierunku produktów premium.

Kluczowe rynki – Węgry (2/3)

Rynek węgierski
(w mln zł)



Rynek węgierski
(w mln forintów)

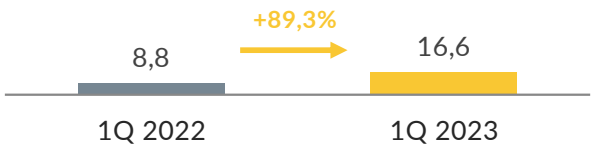


27 051 tys. zł – przychody ze sprzedaży na rynku węgierskim

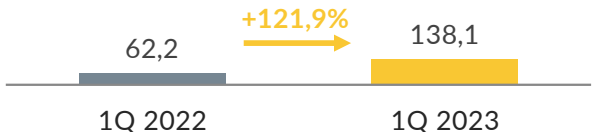
- udział w strukturze sprzedaży w 1Q 2023 r.: 13,4%,
- spadek przychodów ze sprzedaży r/r o 21,8% (w walucie lokalnej spadek sprzedaży o 19,0%),
- efekt niekorzystnych warunków makroekonomicznych, m.in.:
  - rosnącej inflacji,
  - spadającej siły nabywczej,
  - niekorzystnych nastrojów konsumenckich.

Kluczowe rynki – Ukraina (3/3)

Rynek ukraiński
(w mln zł)



Rynek ukraiński
(w mln hrywien)



16 631 tys. zł – przychody ze sprzedaży na rynku ukraińskim:

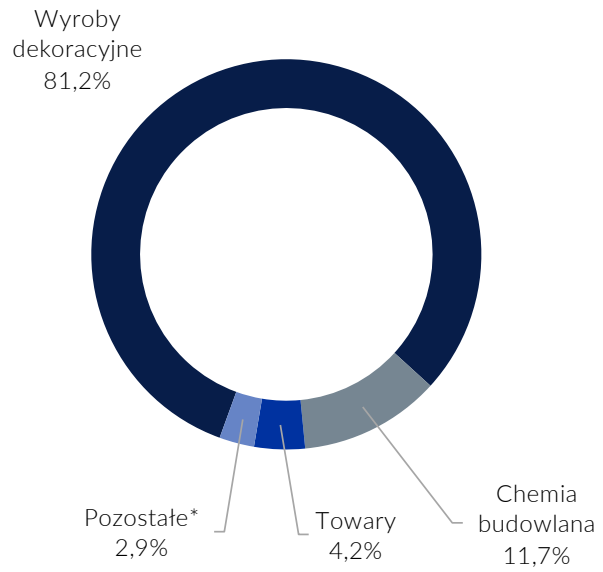
- udział w strukturze sprzedaży w 1Q 2023 r.: 8,3%;
- wzrost sprzedaży o 89,3% (w walucie lokalnej o 121,9%) związany z niereprezentatywnymi wynikami 1Q 2022 r. – częściowego zawieszenia działalności spółki Śnieżka-Ukraina na początku działań wojennych;
- według szacunków Grupy w 1Q 2023 roku w porównaniu do analogicznego okresu ub.r. występuje ożywienie na rynku farb dekoracyjnych i chemii budowlanej w Ukrainie, zwłaszcza w jej zachodniej i centralnej części;
- pełne dostosowanie działalności zakładu w Jaworowie do uwarunkowań, obecnie niezakłócona działalność i przygotowania do sezonu 2023;
- **nadal brak przesłanek wskazujących na istotne ryzyko utraty wartości aktywów*** i wpływ tego zjawiska na przyszłe szacowane przepływy pieniężne;
- **sytuacja na ukraińskim rynku pozostaje wymagająca oraz trudna do prognozowania.**

* łączne aktywa (w tym aktywa rzeczowe, zapasy, należności i środki pieniężne) Śnieżka-Ukraina na 31 marca 2023 r. wynosiły ok. 48,3 mln zł (w ujęciu netto: 42,9 mln zł)

Struktura przychodów - kategorie produktowe

(w tys. zł)	1Q 2023	1Q 2022	zmiana (r/r)
Przychody ze sprzedaży Grupy Śnieżka według kategorii produktowych			
Wyroby dekoracyjne	163 663	151 703	7,9%
Chemia budowlana	23 493	24 012	-2,2%
Wyroby przemysłowe	1 870	2 064	-9,4%
Towary	8 486	9 250	-8,3%
Pozostałe	1 956	1 344	45,5%
Materiały	1 937	1 504	28,8%
Razem	**201 405**	**189 877**	**6,1%**

Struktura przychodów ze sprzedaży Grupy według kategorii produktowych w 1Q 2023 r.



* wyroby przemysłowe, materiały, pozostałe

ŚNIEŻKA GROUP

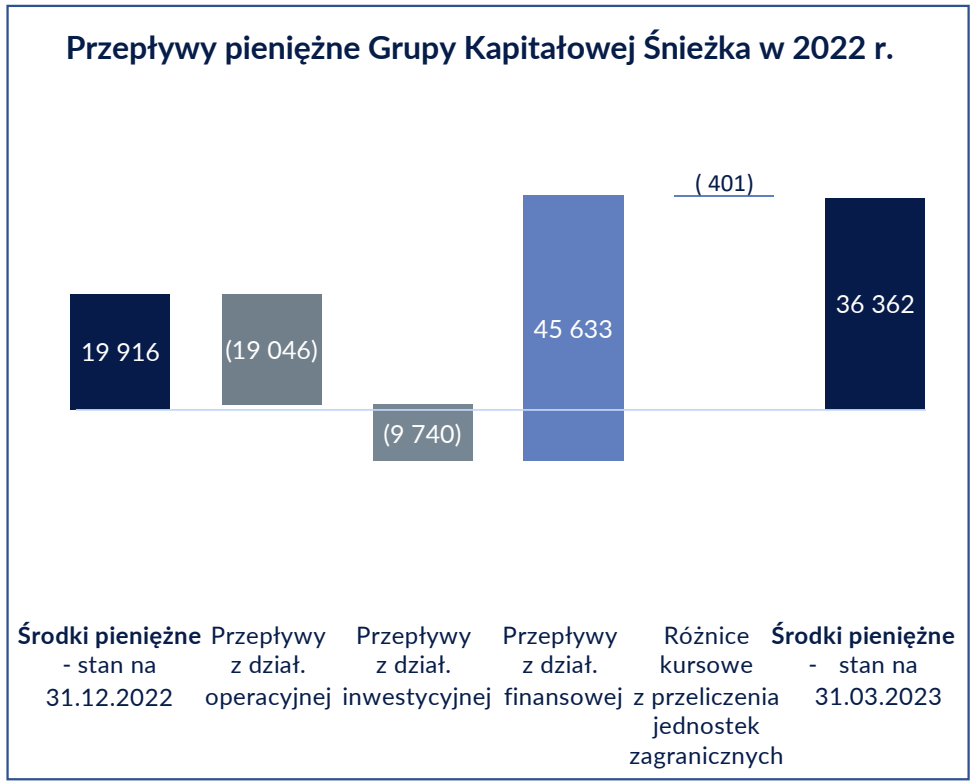
RZiS (kluczowe pozycje): 1Q 2023

Zysk netto w wysokości 17,2 tys. zł, czyli o 43,9% wyższy r/r. Zysk netto przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej wyniósł 16 310 tys. zł (wzrost o 47% r/r).

	1Q 2023	1Q 2022	Zmiana (r/r)
Przychody (w mln zł)	201,4	189,9	6,1%
Marża brutto na sprzedaży (w %)	42,2%	38,4%	+3,8 pp.
EBIT (w mln zł)	27,5	17,8	54,5%
Marża EBIT (w %)	13,7%	9,4%	+4,3 pp.
EBITDA (w mln zł)	37,5	26,6	40,6%
Marża EBITDA (w %)	18,6%	14,0%	+4,6 pp.
Zysk netto (w mln zł)	17,2	12,0	43,9%
Marża zysku netto (w %)	8,6%	6,3%	+2,3 pp.

ŚNIEŻKA GROUP

Cash flow



Dodatnie przepływy pieniężne w okresie 1Q 2023 r. w wysokości 16 446 tys. zł (po korekcie o różnice kursowe).

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty wynosiły 36 362 tys. zł dla Grupy na koniec raportowanego okresu.

- Ujemne przepływy pieniężne z **działalności operacyjnej osiągnięte przez Grupę w wyniku m.in.:**
  - wypracowania zysku brutto w wysokości 21 327 tys. zł,
  - zmiany stanu zobowiązań o -57 654 tys. zł,
  - zmiany stanu zapasów o -18 409 tys. zł.
- Ujemne przepływy z **działalności inwestycyjnej:**
  - łącznie przeznaczono 10 269 tys. zł na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i aktywów niematerialnych,
  - zdecydowana większość tej kwoty to wydatki poniesione przez FFiL Śnieżka SA.
- Dodatnie przepływy z **działalności finansowej:**
  - wpływy z istniejących linii kredytowych na kwotę 238 230 tys. zł – wynikające z potrzeb inwestycyjnych, jak i bieżącej działalności operacyjnej,
  - częściowa spłata kredytów (185 589 tys. zł) oraz odsetki (6 760 tys. zł).

ŚNIEŻKA GROUP

Bilans

- 31 marca 2023 r. wartość aktywów Grupy wynosiła 877 565 tys. zł, co stanowi spadek r/r (o 34 195 tys. zł, czyli 3,8%)
- wartość aktywów trwałych Grupy (stanowiących 64,6% jej aktywów ogółem) w ciągu roku spadła o 3,4%, do 566 684 tys. zł
- główny składnik aktywów obrotowych Grupy stanowiły zapasy, których wartość zmniejszyła się łącznie o 14,2% r/r
- 31 marca 2023 r. Grupa posiadała kapitał własny w wysokości 340 584 tys. zł, tj. o 1,5% niższy r/r, jednocześnie zmniejszył się jej poziom zadłużenia zewnętrznego
- Grupa w 38,8% finansowała swoją działalność z kapitałów własnych

(w mln zł)	31.03.2023 r.	31.03.2022 r.	zmiana (r/r)
Aktywa trwałe	566,7	586,7	-3,4%
Zapasy	144,5	168,4	-14,2%
Należności z tyt. dostaw i usług oraz pozostałe należności	118,3	132,0	-10,4%
Kapitał własny	340,6	345,8	-1,5%
Zobowiązania z tyt. dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania	117,9	132,3	-10,9%

ŚNIEŻKA GROUP

Agenda prezentacji

Podsumowanie s. 3

Otoczenie s. 5-7

Wyniki s. 9-16

Outlook s. 18-19

Załączniki s. 21-32

ŚNIEŻKA GROUP

Outlook 1/2 (czynniki zewnętrzne)

Pomimo zmniejszenia w 1Q 2023 niekorzystnego wpływu niektórych czynników, to podobnie jak w 2022 r. na wyniki całego sezonu 2023 nadal silny wpływ będzie miała większość z nich, tj:

- wysoka inflacja przekładająca się na obniżenie nastrojów konsumentów, co tworzy negatywną presję na popyt w ujęciu wolumenowym,
- wysokie koszty odsetkowe,
- utrzymująca się niepewność geopolityczna na Ukrainie i w Europie Wschodniej,
- rosnące koszty logistyki i wynagrodzeń.

ŚNIEŻKA GROUP

Outlook 2/2 (czynniki wewnętrzne)

Grupa posiada szereg strategicznych przewag konkurencyjnych pozwalających na skuteczne konkurowanie na rynku w niekorzystnym i wysoce zmiennym otoczeniu, również w sezonie 2023:

- silne marki, skuteczne procesy pricingowe, szerokie portfolio produktów (również produkty o dobrym stosunku jakości do ceny, tj. z segmentu value for money), sprawne kanały dystrybucji, doinwestowany majątek produkcyjny oraz struktura kosztów sprzedaży w istotnej części o charakterze zmiennym;
- mocna pozycja rynkowa na kluczowych dla Grupy rynkach;
- zoptymalizowane procesy logistyczne i produkcyjne;
- łańcuch dostaw z jednej strony zdywersyfikowany, z drugiej – w wielu przypadkach oparty o wieloletnie, strategiczne partnerstwo;
- digitalizacja kluczowych procesów (planowane wdrożenia w niektórych spółkach Grupy);
- długoterminowo: stabilny cash flow;
- wysoki poziom automatyzacji i cyfryzacji procesów oraz istotny zapas zdolności produkcyjnych pozwalające na planowanie mniejszych nakładów inwestycyjnych (CAPEX) w kolejnych latach.

Zarząd ma zamiar utrzymać dotychczasowe podejście do wypłaty dywidendy.

ŚNIEŻKA GROUP

Agenda prezentacji

Podsumowanie s. 3

Otoczenie s. 5-7

Wyniki s. 9-16

Outlook s. 18-19

Załączniki s. 21-32

ŚNIEŻKA GROUP

Wybrane dane finansowe

Skonsolidowane

(w tys. zł)	Na dzień/okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2023	Na dzień/okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2022
Przychody netto ze sprzedaży	**201 405**	**189 877**
Zysk z działalności operacyjnej	27 540	17 824
Zysk brutto	21 327	14 193
Zysk netto	**17 227**	**11 969**
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(19 046)	(51 875)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(9 740)	(18 572)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	45 633	65 461
Przepływy pieniężne netto razem	16 846	(4 986)
Aktywa razem	**877 565**	**911 760**
Zobowiązania razem	536 981	565 921
Zobowiązania długoterminowe	315 251	307 366
Zobowiązania krótkoterminowe	221 730	258 555
Kapitał własny	**340 584**	**345 839**

Jednostkowe

(w tys. zł)	Na dzień/okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2023	Na dzień/okres 3 miesięcy zakończony 31 marca 2022
Przychody netto ze sprzedaży	**134 131**	**125 035**
Zysk z działalności operacyjnej	13 513	6 146
Zysk brutto	2 913	(532)
Zysk netto	**2 169**	**(678)**
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	(1 198)	(21 185)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(9 568)	(17 688)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	20 919	32 522
Przepływy pieniężne netto razem	10 152	(6 351)
Aktywa razem	**883 188**	**901 457**
Zobowiązania razem	657 843	672 122
Zobowiązania długoterminowe	512 572	540 416
Zobowiązania krótkoterminowe	145 271	131 706
Kapitał własny	**225 345**	**229 335**

Sezonowość

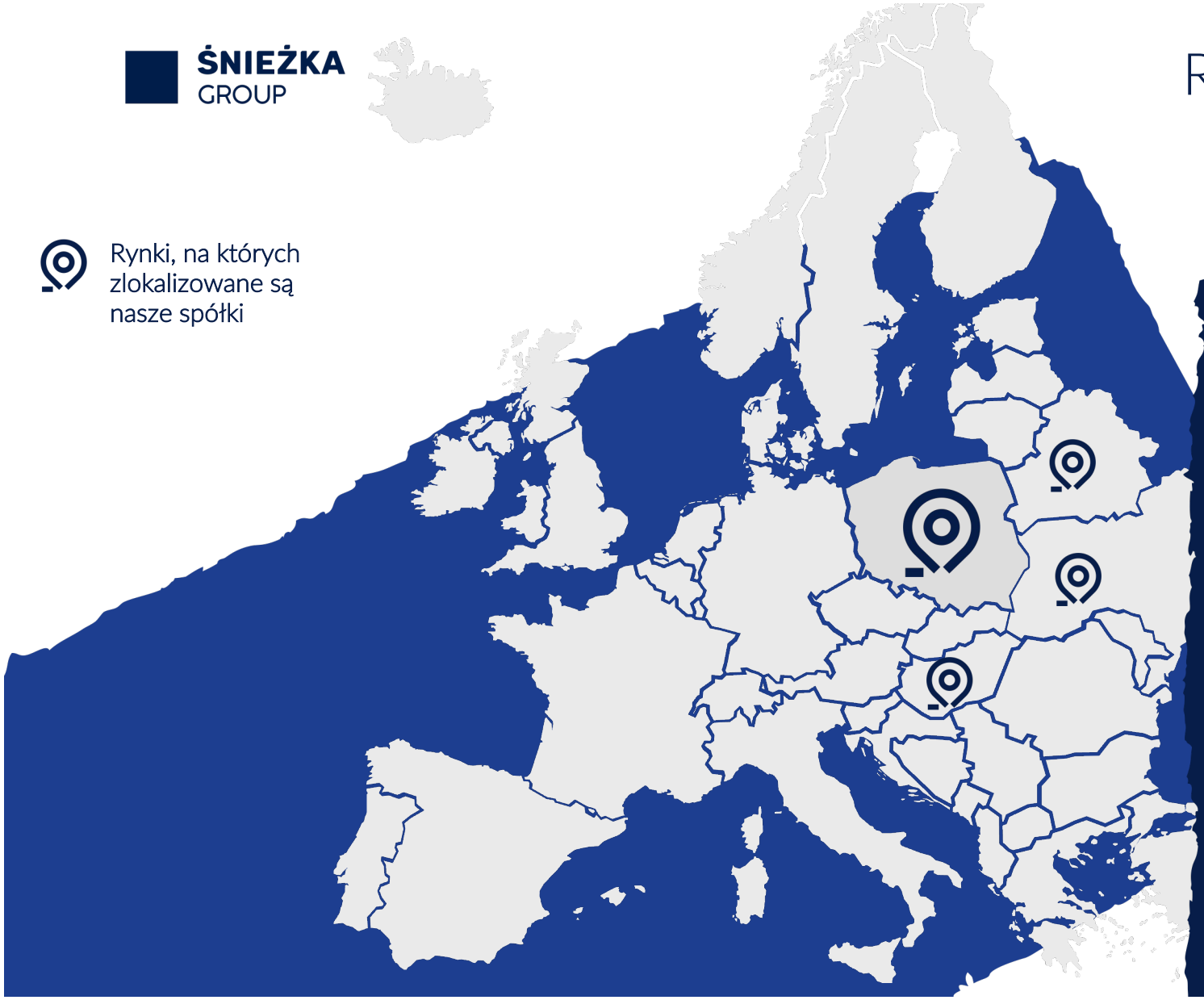
W branży występuje **zjawisko sezonowości**, związane z natężeniem prac remontowo-budowlanych w poszczególnych okresach roku (jest ono zazwyczaj wyższe w okresie wiosenno-letnim).

Grupa zazwyczaj osiąga **wyższe przychody w II i III kwartale** każdego roku obrotowego. W 2022 r. przychody osiągnięte w II i III kwartale stanowiły 58,2% skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży.

ŚNIEŻKA GROUP

Rynki zagraniczne

Rynki, na których zlokalizowane są nasze spółki

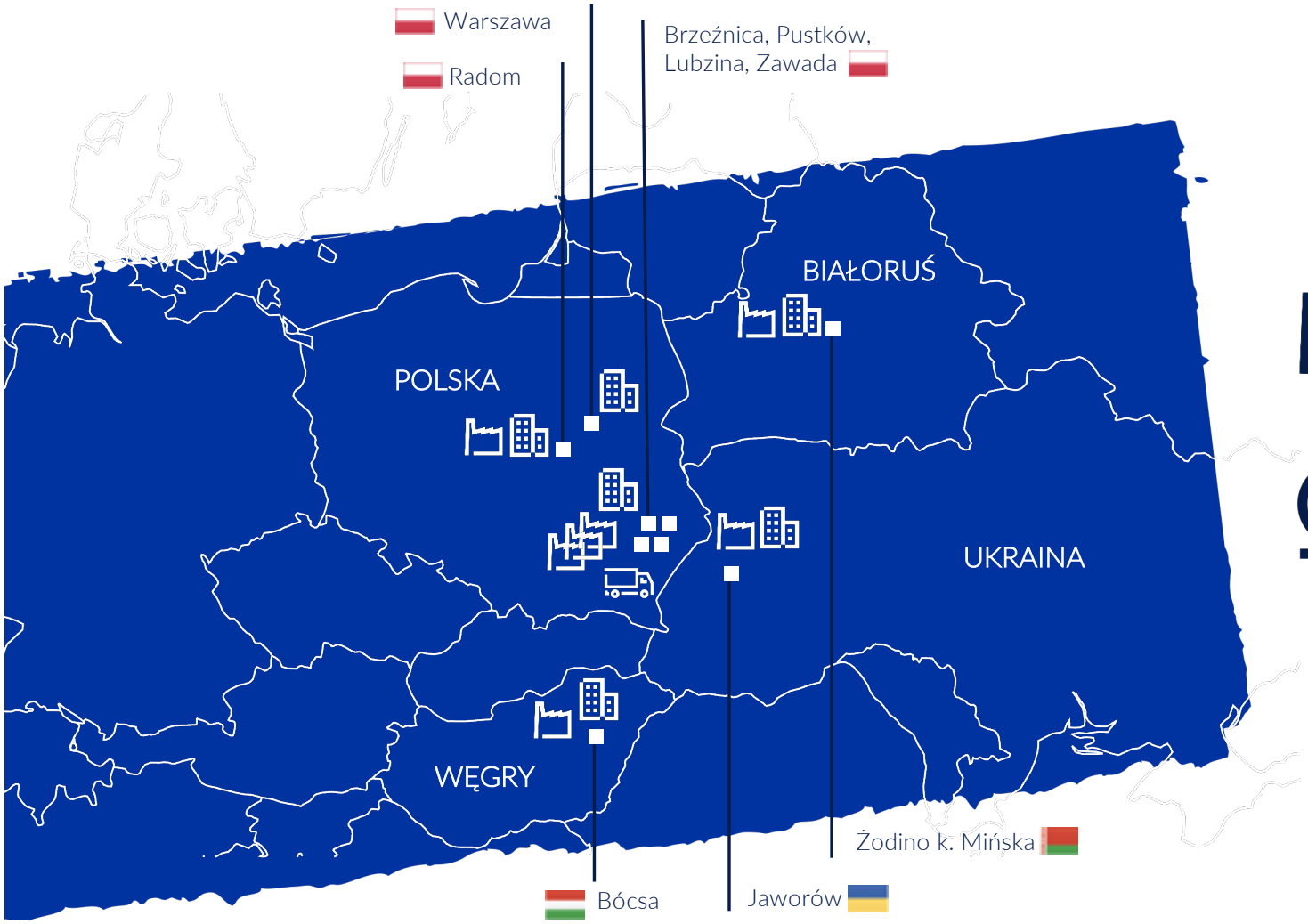


Pozostałe rynki zagraniczne, na których aktywnie działamy:

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

ŚNIEŻKA GROUP

Nasze zakłady produkcyjne



7 zakładów produkcyjnych

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

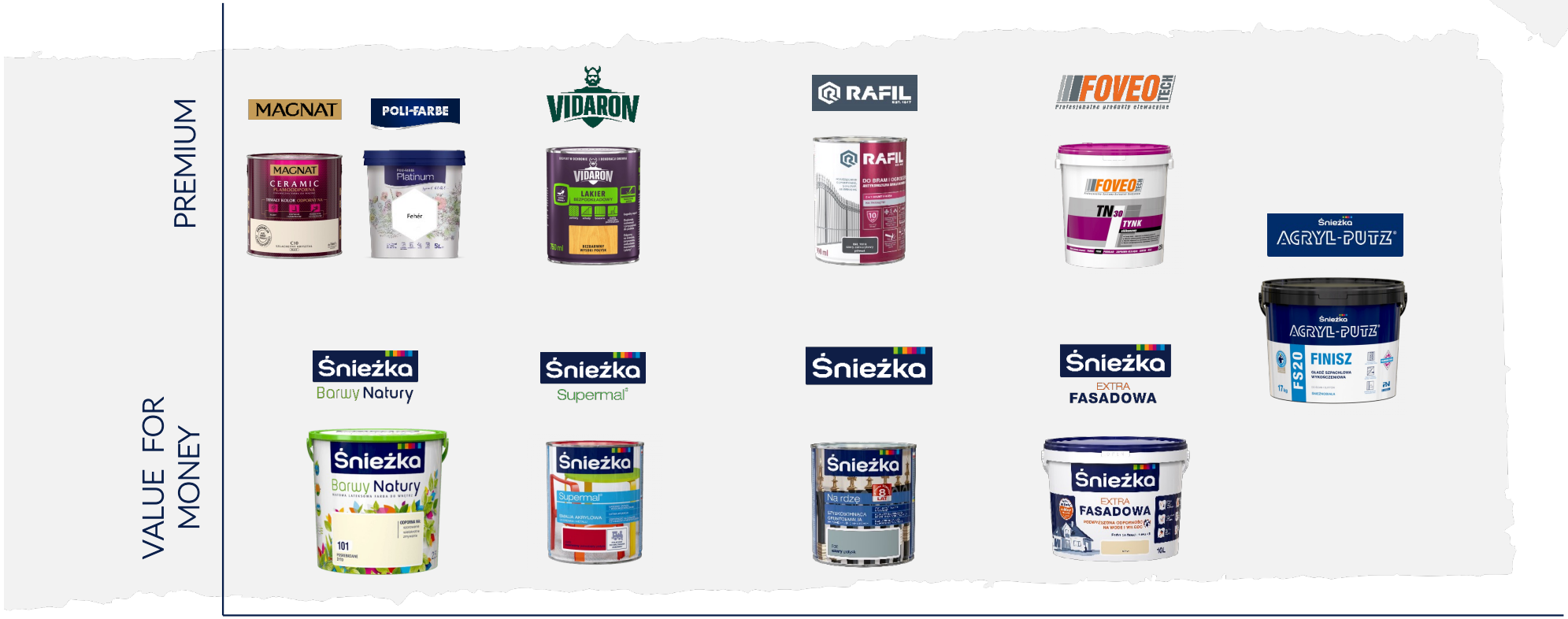
Zakłady produkcyjne

Biura

Centrum Logistyczne

ŚNIEŻKA GROUP

Kategorie produktów



Struktura marek

MAGNAT

SUBMARKI:
- CERAMIC
- CREATIVE
- #KOLORLOVE
- STYLE

Śnieżka

SUBMARKI:
- EKO, EKO PLUS
- SUPERMAL
- ACRYL PUTZ
- BARWY NATURY
- GRUNT
- COLOREX
- UREKOR
- EXTRA FASADOWA

POLI-FARBE

SUBMARKI:
- PLATINUM
- INNTALER
- CELLKOLOR
- BOROKA

RAFIL

SUBMARKI:
- RADACH
- EKO RADACH
- BETONMAL

VIDARON

FOVEO TECH

Marki konsumenckie Grupy Kapitałowej Śnieżka na rynkach, na których Grupa posiada swoje spółki zależne

ŚNIEŻKA GROUP

Nasze kluczowe marki 1/2

MAGNAT

Produkty dla najbardziej wymagających klientów, ceniących jakość i styl. W portfolio tej innowacyjnej marki premium znajdują się m.in. wysokiej jakości farby ceramiczne, które charakteryzują się trwałością koloru, niebanalną gamą barw, odpornością na plamy i zabrudzenia oraz intensywne użytkowanie. W portfolio marki znajdziemy także wybór wysokiej jakości farb białych. Magnat to także struktury, dające wiele możliwości dekoracyjnych.

Śnieżka

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.

POLI-FARBE

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).

ŚNIEŻKA GROUP

Nasze kluczowe marki 2/2

VIDARON

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.

RAFIL EST. 1917

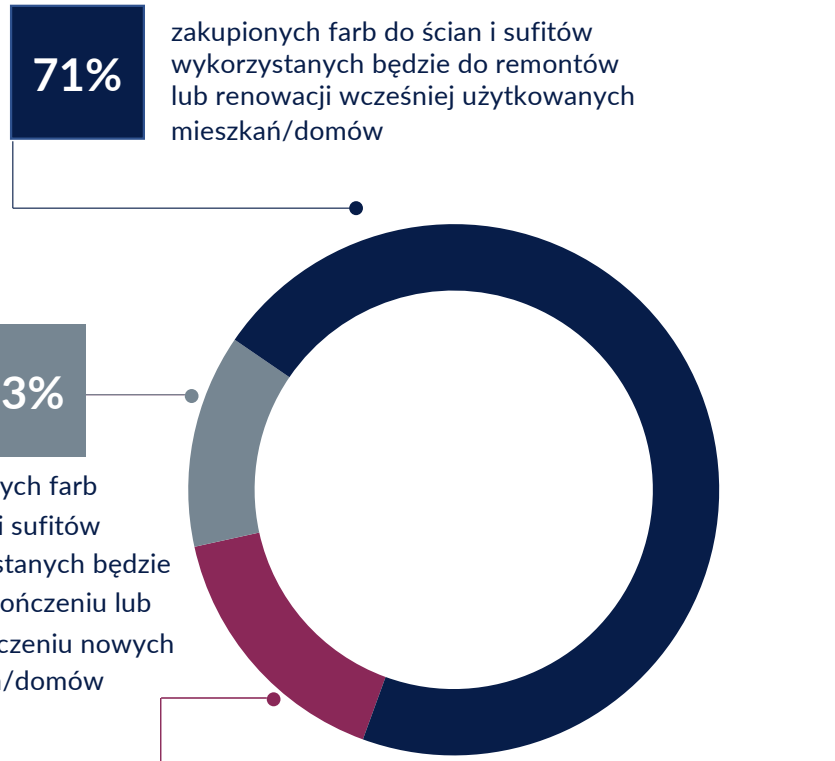
Marka, w ofercie której znajdują się podkładowe i nawierzchniowe antykorozyjne farby przemysłowe. W jej portfolio mieszczą się systemy alkidowe, poliwinylowe, poliuretanowe, epoksydowe i termoodporne. W ofercie marki znajdują się wyroby o obniżonej zawartości rozcieńczalników organicznych oraz produkty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

FOVEO TECH
Profesjonalne produkty elewacyjne

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

Kluczowy rynek: Polska

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

* Źródło: Raport GfK dla Śnieżka | Badanie kondycji marek i efektywności komunikacji | PL

ŚNIEŻKA GROUP

Rynek w Polsce: inni kluczowi producenci

PPG

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

Główne marki to:

dekoral, SIGMA COATINGS, BONDEX, DREWNO CHRON, TIKKURILA, Beckers, Jedynka

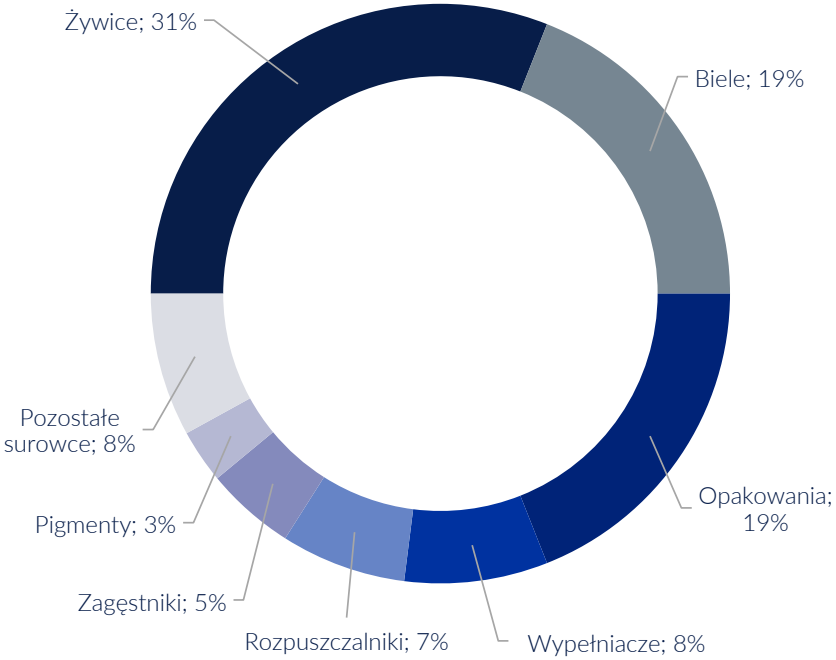
AkzoNobel

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

Główne marki to:

Dulux, Sadolin, HAMMERITE, NOBILES, sikkens

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 lakowa, 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

Forbes

„Diamenty Forbes”

Śnieżka Trade of Colours z Grupy Śnieżka znalazła się na 17. miejscu w tegorocznym zestawieniu „Diamentów Forbesa” z województwa mazowieckiego w kategorii firm z przychodami powyżej 250 mln zł.

Bazą tegorocznego zestawienia były dane z 2021 roku, gdy spółka osiągnęła 567,4 mln zł przychodów ze sprzedaży i wypracowała zysk netto w wysokości 20,5 mln zł.

Spółka w 2021 roku przejęła w Grupie działania w obszarach m.in. sprzedaży i marketingu, koordynując je na poziomie wszystkich spółek Grupy.

Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”

Cztery działania podjęte przez Śnieżkę zakwalifikowały się do raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” za 2022 rok.

Doceniono dwie inicjatywy z obszaru zaangażowania społecznego i rozwoju społeczności lokalnej („Świat w kolorach” i „Koloratorium”) oraz kolejne dwie z obszarów środowiska i ładu organizacyjnego (akcja edukacyjna „Nie mieszaj”, promująca segregowanie odpadów, oraz aktualizacja Księgi Wartości Organizacyjnych).

Obecnie Śnieżka angażuje się w kolejne działania na rzecz środowiska, ludzi i biznesu zgodnie z nową strategią zrównoważonego rozwoju.

Builder

Ranking największych producentów

Grupa Śnieżka kolejny rok z rzędu zajęła miejsce wśród 100 największych krajowych producentów materiałów budowlanych i wykończeniowych. Redakcja magazynu „Builder” sklasyfikowała Grupę na 1. miejscu wśród producentów farb oraz na 37. lokacie na liście ogólnej.

Pozycje w rankingu ustalane są w oparciu o wyniki sprzedażowe i finansowe oraz o sumę aktywów – w najnowszym zestawieniu wzięto pod uwagę dane za 2021 r. Śnieżka osiągnęła wówczas 794,9 mln zł przychodów ze sprzedaży oraz 64,3 mln zł zysku netto, zaś jej suma aktywów sięgnęła 803,0 mln zł.

Zastrzeżenie prawne

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, jakiejkolwiek osobie w jakimkolwiek celu 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 jakiekolwiek papiery wartościowe 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.

ŚNIEŻKA
SA

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

ŚNIEŻKA
GROUP

FFiL Śnieżka SA

Aleksandra Małozięć

tel. +48 667 660 399

NOBILI PARTNERS Sp. z o.o.

Dariusz Grębosz

tel. +48 513 284 119

NOBILI
PARTNERS