

19 września 2023 r.

## Grupa Śnieżka w I półroczu: wyniki powyżej oczekiwań

**W I półroczu 2023 r. Grupa Kapitałowa Śnieżka wypracowała przychody ze sprzedaży o 7,7% wyższe niż przed rokiem oraz zanotowała wzrost zysków. Na osiągnięte wyniki miała wpływ przede wszystkim sprzedaż na najważniejszym dla Grupy polskim rynku, a także wysoka dynamika sprzedaży w Ukrainie – trzecim rynku dla Grupy Śnieżka. W drugiej części sezonu właściciel marek m.in. Magnat, Śnieżka i Vidaron będzie się koncentrować na umocnieniu pozycji rynkowej. Ochrona marż pozostaje kluczowa dla Zarządu.**

W ciągu pierwszych sześciu miesięcy br. Grupa Śnieżka osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 434,5 mln zł, tj. o 7,7% wyższe niż rok wcześniej. To przede wszystkim efekt wyższej o 6,8% r/r sprzedaży na rynku polskim, na którym Grupa wypracowuje obecnie ponad 69% skonsolidowanych przychodów. Wzrost ten był także wsparty wyższą sprzedażą na rynku ukraińskim, który szybko odbudowuje swoje udziały w strukturze przychodów Grupy. Ich obecne poziomy są porównywalne do osiągniętych przed wybuchem wojny.

Dobre wyniki uzyskane przez Grupę Śnieżka w I półroczu 2023 r. to w dużej mierze efekt realizacji długoterminowej strategii marketingowo-sprzedażowej, której elementem jest polityka prcingowa. Na całą branżę, w której działa Grupa, nadal wpływa szereg niekorzystnych czynników makroekonomicznych. Jest to zwłaszcza wysoka inflacja, która przekłada się na spadek siły nabywczej konsumentów, a także wciąż niekorzystne wskaźniki nastrojów konsumenckich – choć poprawiające się w stosunku do ub.r. Pozytywny wpływ na wyniki Grupy w Polsce miał natomiast niesłabnący od kilku lat trend premiumizacji, czyli kupowania produktów wyższej jakości.

*– Sytuacja rynkowa jest wciąż trudna, ale Śnieżka dobrze poradziła sobie w warunkach wysokiej inflacji i niskich poziomów nastrojów konsumentów. Dlatego mogę powiedzieć, że wyniki osiągnięte w pierwszym półroczu są powyżej naszych oczekiwań. Obecnie wracamy do poziomów marż osiągniętych kilka lat temu, co jest naszym priorytetem – mówi Piotr Mikrut, prezes zarządu FFIL Śnieżka SA.*

### Niekorzystne otoczenie na rynku węgierskim, postępująca odbudowa sprzedaży w Ukrainie

Na rynku węgierskim Grupa spotyka się z podobnymi wyzwaniem jak na macierzystym rynku, czyli m.in. ze spadającą siłą nabywczą i niskimi wskaźnikami nastrojów konsumenckich. Należy jednak odnotować, że skala i dynamika inflacji, która w głównej mierze jest przyczyną tych zjawisk, jest na Węgrzech istotnie większa niż w Polsce. Wpływa to zarówno na zmniejszenie popytu, jak i na plany remontowe tamtejszych klientów. W rezultacie przychody Grupy na rynku węgierskim w I półroczu br. wyniosły 64,9 mln zł, co oznacza spadek o 8,7% r/r (6,2 mln zł).

Z kolei na rynku ukraińskim Grupa osiągnęła przychody w wysokości 40,8 mln zł, tj. aż o 57,5% (14,9 mln zł) wyższe w porównaniu z poprzednim rokiem. Wyniki I półrocza 2023 r. są jednak nieporównywalne do uzyskanych w analogicznym okresie ub.r., ponieważ przez znaczną część I półrocza (od 24 lutego do 11 kwietnia ub.r.) spółka Śnieżka-Ukraina wstrzymała wykonywanie dostaw oraz zawiesiła produkcję.

Przychody na rynku węgierskim miały w tym okresie 14,9% udziału w całkowitych przychodach Grupy Śnieżka (-2,7 pp.), a na rynku ukraińskim było to 9,4% (wzrost o 3 pp.). Na pozostałych rynkach zagranicznych, na których sprzedawane są produkty Grupy Śnieżka, sprzedaż wyniosła łącznie 25,4 mln zł, tj. była o 14,4% wyższa niż w pierwszych sześciu miesiącach ub.r. i stanowiła 5,9% całkowitych przychodów Grupy (wzrost o 0,4 pp.).

– *Uzyskany w Polsce wzrost sprzedaży ponad rynek potwierdził, że skutecznie realizowana strategia marketingowo-sprzedażowa nadal pozwala nam zwiększać udziały na kluczowym dla Grupy polskim rynku. Procentuje m.in. siła naszych marek: Magnat, Śnieżka i Vidaron. Podobnie jest na Węgrzech, gdzie klienci są przywiązani do marki Poli-Farbe. W Ukrainie z kolei odnotowujemy istotny wzrost sprzedaży r/r. Jest on związany nie tylko z niską bazą wyników z ub.r., ale także z powracającym popytem na produkty do remontów* – komentuje Joanna Wróbel-Lipa, wiceprezes zarządu FFIL Śnieżka SA, dyrektor ds. handlowych.

## **Poprawa zysków**

W okresie pierwszych sześciu miesięcy br. Grupa osiągnęła zysk na działalności operacyjnej w wysokości 60,6 mln zł (+43,0% r/r), wynik EBITDA w wysokości 80,2 mln zł (+32,6% r/r) i skonsolidowany zysk netto w wysokości 41,3 mln zł (+79,8% r/r).

W samym II kwartale 2023 roku Grupa wypracowała 233,1 mln zł przychodów ze sprzedaży (+9,2% r/r), 33,0 mln zł zysku na działalności operacyjnej (+34,7% r/r), 42,7 mln zł zysku EBITDA (+26,3% r/r) oraz 24,1 mln zł zysku netto (+118,8% r/r). Zysk przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej wyniósł 22,0 mln zł (+148,0% r/r).

Na wysokość zysków Grupy osiągniętych w okresie styczeń-czerwiec br. wpływ miały przede wszystkim skutecznie realizowana strategia marketingowo-sprzedażowa oraz korzystny kurs euro. Pozytywny wpływ na wyniki miała dodatnia dynamika przychodów, natomiast wzrosty kosztów sprzedaży o 6,3% i kosztów ogólnego zarządu o 9,6% wpłynęły na nie negatywnie.

Zgodnie z zapowiedziami nakłady inwestycyjne Grupy zostały ograniczone i w I półroczu 2023 r. wyniosły 7,4 mln zł. Były to głównie wydatki spółki FFIL Śnieżka SA związane z kontynuacją inwestycji w nowe Centrum Logistyczne zlokalizowane w Zawadzie k. Dębicy, w środki trwałe, a także na modernizację instalacji na wybranych wydziałach produkcyjnych, w tym w spółce Śnieżka-Ukraina. W 2023 r. łączna wartość wydatków inwestycyjnych w Grupie według założeń ma być istotnie niższa niż rok wcześniej i jest planowana na poziomie około 35 mln zł.

## **Kontakt dla mediów:**

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

Dariusz Grębosz  
NOBILI PARTNERS  
tel. kom. +48 513 284 119  
[dariusz.grebosz@nobili.pl](mailto:dariusz.grebosz@nobili.pl)