

Szanowni Państwo,

Działalność Śnieżki w roku 2013 potwierdzała kontynuowanie strategii rozwoju opartej na otwartości na zmiany i innowacyjności. Dzięki przeprowadzonej wcześniej implementacji nowego systemu identyfikacji wizualnej marki Śnieżka oraz zmianom ukierunkowanym na spójność i nowoczesność architektury produktowej, staraliśmy się potwierdzić naszą silną pozycję na polskim rynku farb. Tworząc wizerunek marki Śnieżka niezmiennie podkreślamy, że pozycję naszej Firmy budujemy – już poprzez 30 lat jej działalności – pozostając jedynym podmiotem z czołówki branży farb i lakierów kontrolowanym przez polski kapitał.

Najważniejszy dla Firmy polski rynek, zmagał się w 2013 roku z trudnościami, których wyrazem był m.in. spadek konsumpcji farb, czy zmniejszenie ilości nowych inwestycji deweloperskich. Jednym z czynników mających wpływ na kondycję sektora była przedłużająca się zima, która spowodowała skrócenie sezonu prac remontowo-budowlanych i ograniczenie aktywności branży. Osłabiona koniunktura gospodarcza była odczuwalna również na innych rynkach, na których działa Śnieżka, w tym m.in. na Ukrainie.

Mimo niesprzyjających warunków Spółce udało się poprawić rentowność, a jej wyniki okazały się zbliżone do tych z roku 2012. Sprzedaż wyniosła 467,9 mln PLN, a zysk netto osiągnął wartość 21,9 mln PLN. Wynik z działalności operacyjnej w roku 2013 wyniósł 27,3 mln PLN. Kilkunastoprocentową dynamikę sprzedaży Śnieżka zrealizowała na rynku białoruskim, odnotowując także niewielki, licząc walucie lokalnej, wzrost na Ukrainie oraz w Rosji.

W działalności naszej Firmy koncentrujemy się na wschodzących rynkach Europy Środkowo-Wschodniej, ze względu na duże możliwości wzrostu tych rynków, zwłaszcza w kontekście znacznie niższego niż w Europie Zachodniej zużycia farb na jednego mieszkańca. Nasze plany zakładają dalsze umacnianie pozycji na kluczowych dla nas rynkach eksportowych, tj. na Ukrainie, Białorusi, w Rosji i Mołdawii. Nasze wyroby sprzedajemy również do Kazachstanu, Gruzji, Słowacji, Węgier oraz Rumunii. W dalszym ciągu będziemy też podejmować działania mające dynamizować nasz handel w tych krajach. Długoterminowa strategia Śnieżki zakłada osiągnięcie pozycji lidera na rynku farb w Europie Środkowo-Wschodniej, w tym na najważniejszych dla nas rynkach: polskim, ukraińskim i białoruskim.

Osiągnięte wyniki finansowe były dla Zarządu podstawą do wypłaty najwyższej w historii Śnieżki dywidendy – 2,50 PLN na akcję. W kolejnych latach zakładamy kontynuację polityki dywidendowej.

Miniony rok upłynął w naszej Firmie pod znakiem innowacyjnych działań i nowych technologii. Do użytku oddaliśmy nowoczesne Centrum Badań i Rozwoju, które stanowi istotne wsparcie dla naszych działów badawczych i jest jednocześnie nową siedzibą istniejącego od 2005 roku Akredytowanego Laboratorium Śnieżki. Wyrazem nacisku na wykorzystywanie zaawansowanych rozwiązań było przedłużenie współpracy z koncernem DuPont na dostarczanie innowacji do wyrobów produkowanych przez Śnieżkę.

Istotnym elementem wzmocnienia pozycji rynkowej jest dla nas rozwój i unowocześnianie oferty asortymentowej, która wzbogacona została między innymi o nową generację farbę do wnętrz Magnat Ceramic, oferującą najwyższą jakość przy równoczesnym spełnieniu wysokich wymagań środowiskowych.

Ważne miejsce w działaniach prowadzonych przez nas w sezonie 2013 miała największa w historii Śnieżki kampania reklamowa, która prowadzona była także poza granicami polski – wspierając sprzedaż Śnieżki na Ukrainie i Białorusi. W mediach pojawiły się spoty Vidaron, Śnieżka Satynowa, Śnieżka Acryl-Putz, a także reklamy debiutującej w 2013 roku farby Magnat Ceramic.

W naszej codziennej pracy od wielu lat istotne miejsce zajmuje odpowiedzialność społeczna, której świadectwem jest nie tylko „dzielenie się sukcesem”, ale także podejmowane inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju, troska o środowisko naturalne, czy dbałość o transparentność działań biznesowych. W realizację przedsięwzięć wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu wpisują się także zadania realizowane przez Fundację Śnieżki Twoja Szansa oraz autorskie programy społeczne Śnieżki, takie jak „Kolorowe Boiska... czyli szkolna pierwsza liga” oraz „Dziecięcy świat w kolorach”, wdrożony również na Ukrainie.

Podobnie jak w latach ubiegłych Śnieżka znalazła także uznanie zewnętrznych gremiów, otrzymując nagrody i wyróżnienia, wśród których wymienić można m.in. tytuł Superbrands oraz obecność w prestiżowym rankingu „Najsilniejszych Polskich Marek”.

W imieniu Zarządu pragnę podziękować wszystkim, którzy współtworzą naszą Firmę i przyczyniają się do jej rozwoju. Szczególne podziękowania kieruję do naszych Akcjonariuszy, Pracowników oraz Współpracowników. Dziękuję także za zaufanie jakim darzą nas Partnerzy Handlowi i Klienci.

Zapewniamy, że będziemy konsekwentnie dążyć do zwiększania wartości Śnieżki dla naszych Akcjonariuszy i dbać o dalszy, dynamiczny rozwój Śnieżki.

Z poważaniem

Prezes Zarządu

Piotr Mikrut