

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

Fabryki Farb i Lakierów „ŚNIEŻKA” SA
w Lubzinie

za I półrocze 2010 roku



1. WSTĘP DO SPRAWOZDANIA ZARZĄDU ZA 6 MIESIĘCY 2010 ROKU	3
2. OPIS DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI W I PÓŁROCZU 2010 ROKU	4
3. STRATEGICZNE CELE SPÓŁKI	6
4. SPRZEDAŻ I PORTFEL ZAMÓWIEŃ.....	7
5. BADANIA I ROZWÓJ.....	8
6. POLITYKA ZAOPATRZENIA	8
7. ZATRUDNIENIE.....	8
8. INWESTYCJE W ŚRODKI TRWAŁE I WARTOŚCI NIEMATERIALNE	9
9. FINANSE	11
10. PODSTAWOWE RYZYKA I ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ NA RYNKU FARB I LAKIERÓW	13
11. NAGRODY, WYRÓŻNIENIA	17
12. PODSUMOWANIE	19

1. Wstęp do Sprawozdania Zarządu za 6 miesięcy 2010 roku

Nazwa:

Fabryka Farb i Lakierów „Śnieżka” SA

Siedziba Zarządu Spółki:

39-102 Lubzina 34 a
pow. ropczycko - sędziszowski
woj. podkarpackie

Rejestracja Spółki:

Spółka została wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS w dniu 12.11.2001 r. w Sądzie Rejonowym w Rzeszowie, w XII Wydziale Gospodarczym Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000060537.

Przedmiot działalności Spółki:

Produkcja farb, lakierów, rozpuszczalników, klei, szpachli itp.

Oddziały:

1. Lubzina 34 a
39-102 Lubzina
pow. ropczycko – sędziszowski
woj. podkarpackie
2. Brzeźnica 18
39-207 Brzeźnica
pow. dębicki
woj. podkarpackie
3. Pustków 604
39-205 Pustków
pow. dębicki
woj. Podkarpackie
4. Bytów
77-100 Bytów
ul. Leśna 5
woj. Pomorskie

Od dnia 1 sierpnia 2009 r. FFiL Śnieżka S.A. przejęła od Fabryki Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL w Bytowie Sp. z o.o. Grupa Śnieżka produkcję farb i lakierów proszkowych. Produkcja farb i lakierów proszkowych realizowana była w obiekcie spółki PROXIMAL w Bytowie. W II półroczu 2010 r. produkcja farb proszkowych zostanie przeniesiona do obiektów Oddziału Spółki w Lubzinie.

Kapitał Akcyjny:

Na dzień 30 czerwca 2010 r.: 13 553 587 zł - 13 553 587 akcji o wartości nominalnej 1zł.
W dniu 21 czerwca 2010 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy na podstawie art. 359 KSH umorzyło akcje własne na okaziciela serii F w łącznej ilości 2.911 sztuk na kwotę 2.911 zł. Umorzenie to było umorzeniem dobrowolnym. Podstawą prawną umorzenia był § 6 ust. 8 Statutu Spółki i art. 359 i 360 k.s.h. Umorzenie nastąpiło poprzez obniżenie kapitału zakładowego na podstawie art. 455 § 1 k.s.h. Umorzenie akcji nastąpiło z czystego zysku. Akcje serii D w ilości 2.911 zostały umorzone po cenie 31,04 zł każda. Nadwyżka ponad wartość nominalną akcji serii F w wysokości 87.446,44 zł została pokryta z kapitału zapasowego.

Do dnia opracowania niniejszego sprawozdania sąd rejestrowy nie dokonał rejestracji tych zmian.

Reprezentacja Spółki:

Rada Nadzorcza

Stanisław Cymbor – Przewodniczący RN
Jerzy Pater - Wiceprzewodniczący RN
Stanisław Mikrut – Sekretarz RN
Anna Pater – Członek RN
Jakub Bentke – Członek RN
Zbigniew Łapiński - Członek RN

W dniu 21 czerwca 2010r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy zwiększyło skład Rady Nadzorczej i powołało na członka Rady Nadzorczej Panią Annę Pater.

Zarząd

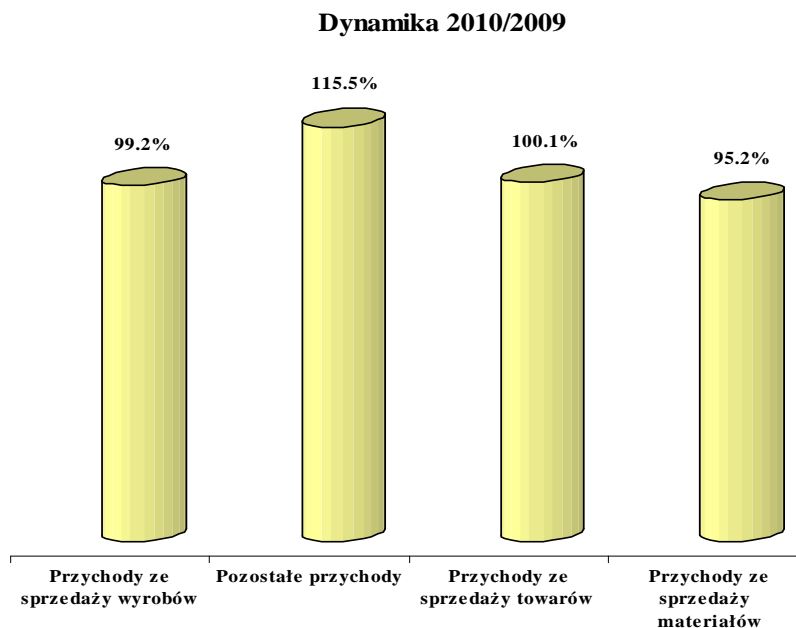
Piotr Mikrut - Prezes Zarządu od dnia 31 marca 2004 r. do dnia dzisiejszego.
Witold Waško - Wiceprezes Zarządu od dnia 1 kwietnia 2005 r. do dnia dzisiejszego.
Joanna Wróbel -Lipa - Członek Zarządu od dnia 18 grudnia 2007 r. do dnia dzisiejszego.
Walentyna Ochab - Członek Zarządu od dnia 18 grudnia 2007 r. do dnia dzisiejszego.

W I półroczu 2010 r. w składzie osobowym Zarządu nie wystąpiły zmiany.

Zasady prezentacji sprawozdania finansowego zostały zawarte we wprowadzeniu do półrocznego sprawozdania finansowego FFiL Śnieżka S.A.

2. Opis działalności Spółki w I półroczu 2010 roku

W I półroczu br. wartość sprzedaży FFiL Śnieżka SA wyniosła 212,4 mln zł, co oznacza 99,3% dynamikę w porównaniu do analogicznego okresu roku 2009. Wpływ na taką dynamikę miał niewielki spadek przychodów ze sprzedaży wyrobów i materiałów.



Najważniejsze działania i osiągnięcia Spółki w I półroczu 2010 roku oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania:

- Doskonalono struktury sprzedaży i procesy logistyczne.
- Rozpoczęto realizację strategii multibrandingowej polegającej na budowaniu silnych marek, będących specjalistami w swojej dziedzinie.
- W dniu 21 czerwca 2010 roku odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które:
 - zatwierdziło sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdanie finansowe Spółki za 2009 rok,
 - udzieliło absolutorium członkom organów Spółki z wykonania obowiązków za 2009 rok,
 - dokonało podziału zysku netto za 2009 rok i ustaliło dywidendę w wysokości 1,60 zł na 1 akcję,
 - zatwierdziło sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej oraz sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej za 2009 rok,
 - dokonało umorzenia akcji własnych,
 - dokonało obniżenia kapitału zakładowego o kwotę 2.911 złotych,
 - powołało nowego członka Rady Nadzorczej,
 - dokonało zmian w statucie Spółki,
 - ustaliło wysokość wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej,
 - dokonało zmian w Regulaminie Walnego Zgromadzenia.
- Dokonano zmian w schemacie organizacyjnym Spółki. Polegały one m.in. na likwidacji Zakładu Produkcji Farb Proszkowych w Bytowie w związku z decyzją przeniesienia produkcji farb proszkowych do Oddziału w Lubzinie, jak również na

powołaniu Działów: Współpracy z Sieciami Handlowymi oraz Obsługi Rynku Inwestycji .

3. Strategiczne cele Spółki

Długoterminowa strategia rozwoju Spółki zakłada uzyskanie wiodącej pozycji na rynku farb i lakierów w Europie Środkowo-Wschodniej, przy równoczesnym pozyskiwaniu nowych rynków zbytu. W tym celu Spółka dominująca planuje działania prowadzące do umacniania pozycji osiągniętej na głównych rynkach, ekspansję na nowe rynki oraz zaistnienie i rozwój w nowych segmentach rynkowych. Śnieżka zamierza kontynuować prace prowadzące do polepszenia jakości swoich wyrobów korzystając z innowacyjnych rozwiązań oraz poszerzać ofertę produktową zgodnie z trendami rynkowymi i potrzebami klientów. Działania te mają na celu wzmocnienie pozytywnego wizerunku Śnieżki, a także jej marek produktowych, co w konsekwencji przyczyni się do wzrostu wartości Spółki dla jej Akcjonariuszy.

W I półroczu 2010 roku Spółka kontynuowała działania mające na celu zapewnienie swoim Klientom produktów wysokiej jakości, przy uwzględnieniu zmieniających się warunków rynkowych oraz preferencji konsumentów. Spółka dominująca rozpoczęła realizację nowej wizji zarządzania portfolio Śnieżki, która opiera się na strategii multibrandingowej polegającej na tworzeniu marek grup produktów silnych w poszczególnych segmentach, co wiązało się z wprowadzeniem innowacji produktowych do wybranych grup wyrobów.

Osiągnięcie wyżej wymienionych celów oraz sukcesywny rozwój sieci sprzedaży jest możliwy poprzez:

- zacieśnianie współpracy z obecnymi Partnerami Handlowymi w kraju i budowanie z nimi przyjacielskich relacji,
- umacnianie współpracy z kontrahentami zagranicznymi,
- rozwój międzynarodowej grupy kapitałowej, której celem jest ekspansja zarówno terytorialna, jak i produktowa,
- budowę bazy produkcyjnej oraz zaplecza magazynowego i technologicznego, odpowiadających potrzebom i planom rozwojowym Spółki.

Plany na kolejne miesiące 2010 roku i lata następne zakładają kontynuację wcześniej podjętych działań. W zakresie pozyskania nowych rynków strategia Spółki zakłada sukcesywne wprowadzanie jej produktów do kanałów dystrybucji na nowych obszarach geograficznych. Aktualnie – poza rynkiem polskim - Śnieżka sprzedaje swoje wyroby, głównie w krajach Europy Środkowo-Wschodniej (Ukraina, Białoruś, Rosja, Mołdawia, Litwa, Słowacja, Rumunia). Trzeba podkreślić znaczny potencjał ludnościowy i ekonomiczny tych rynków oraz znaczące potrzeby inwestycyjne, w szczególności związane z rozwojem infrastruktury. Spółka dominująca prognozuje dalszy wzrost udziałów na dotychczasowych rynkach.

Równocześnie Śnieżka zamierza koncentrować działania na dwóch grupach klientów: na klientach indywidualnych oraz wykonawcach, ze szczególnym uwzględnieniem działań służących wzmocnieniu swojej pozycji i wizerunku w drugiej grupie.

Z realizacją powyższych celów bezpośrednio związana jest polityka Śnieżki w zakresie rozbudowy Grupy Kapitałowej. Priorytetowym celem Spółki dominującej jest tworzenie i rozbudowa na zagranicznych rynkach profesjonalnej sieci sprzedaży i zaopatrzenie jej w pełną paletę wyrobów. Lokowanie produkcji w nowych krajach wymaga wielu kalkulacji

ekonomicznych, jak również gruntownego poznania specyfiki nowych rynków, uwarunkowań wiążących się z funkcjonowaniem na nich, obowiązujących przepisów prawnych i podatkowych oraz ewentualnych lokalnych wymogów i ograniczeń. Dlatego Spółki Grupy Kapitałowej korzystają z pomocy i wsparcia miejscowych Partnerów, co w praktyce okazało się rozwiązaniem skutecznym i efektywnym.

W opinii Zarządu Spółki dominującej wytyczone cele strategiczne będą konsekwentnie realizowane. Pozwolą one na rozwój Spółek prowadzący do osiągnięcia wiodących pozycji na konkurencyjnym rynku.

4. Sprzedaż i portfel zamówień

Polityka asortymentowa

Na sezon 2010 przygotowaliśmy zamiany w ofercie naszego sztandarowego wyrobu ŚNIEŻKA BARWY NATURY, który pojawił się w nowym opakowaniu (prostokątny kształt - lepsze wykorzystanie miejsca na półce), w nowej, bardziej jakościowej, szacie graficznej oraz ze wzbogaconą o 10 nowych kolorów paletą barw.

Także oferta marki MAGNAT została wzbogacona o 5 nowych kolorów, wpisujących się w aktualne trendy kolorystyczne, zaś linię MAGNAT Style uzupełniono o 5 nowych efektów dekoracyjnych.

Sezon 2010 to okres intensywnej pracy nad portfolio Śnieżki, w rezultacie czego w I półroczu Spółka wprowadziła do sprzedaży trzy nowe marki. Istotną zmianą w ofercie było pojawienie się na rynku nowej marki wyrobów systemu dociepleń budynków – FOVEO TECH. To różnorodna oferta produktowa i kolorystyczna, która dzięki zaawansowaniu technologicznemu bez względu na upływ czasu oraz rodzaj otoczenia zapewnia utrzymanie pięknego i świeżego wyglądu fasad. Nazwa marki powstała z połączenia słów FOVEO, oznaczającego w łacinie *trzymam ciepło, ogrzewam*, ze skrótem TECH, który ma oznaczać technologię trzymania ciepła. Oferta marki skierowana jest głównie do profesjonalistów - firm budowlanych, biur architektonicznych, wykonawców.

Kolejną nową markę w ofercie Spółki jest VIDARON - marka wyrobów do ochrony i dekoracji drewna. Nazwa oraz logo nowej marki odwołują się do skojarzeń z mitologią nordycką (VIDAR to opiekun drzew) oraz do Skandynawii – regionu, który ma kompetencje w ochronie drewna. W portfolio marki VIDARON wyróżniamy trzy linie produktów: do specjalistycznej ochrony, do ochrony i dekoracji oraz do dekoracji. Dzięki temu oferta marki odpowiada potrzebom wszystkich, którzy szukają bezpiecznych produktów wysokiej jakości, zarówno amatorów, hobbistów, jak i profesjonalistów.

W I półroczu br. do sprzedaży wprowadzono także BESTON professional. Marka obejmuje najwyższej jakości silikony, kleje oraz pianki przeznaczone do stosowania przy pracach budowlanych, remontowych oraz wykończeniowych. To oferta skierowana zarówno do firm budowlanych, jak i użytkowników indywidualnych.

W omawianym okresie Spółka rozpoczęła działania reklamowe wspierające sprzedaż swoich produktów. Wsparcie otrzymały marki BARWY NATURY, VIDARON oraz MAGNAT, których komunikacja prowadzona była w oparciu o telewizję, radio, prasę, billboardy oraz nowe materiały POS.

W zakresie oferty dla przemysłu w I półroczu 2010 roku nie nastąpiły istotne zmiany w asortymencie. Spółka kontynuowała natomiast prace mające na celu przeniesienie produkcji farb proszkowych z Zakładu Produkcyjnego w Bytowie do Oddziału w Lubzinie. Uruchomienie produkcji w nowej lokalizacji planowane jest w III kwartale br.

Sklepy firmowane ŚNIEŻKA

W I półroczu 2010 roku Spółka kontynuowała rozpoczęty w 2002 roku proces tworzenia sieci sklepów i stoisk firmowanych nazwą ŚNIEŻKA-KOLOR CENTRUM, w celu zapewnienia Klientom profesjonalnej obsługi oraz pełnego dostępu do szerokiego asortymentu fabryki.

W związku z rozwojem oferty produktowej systemu kolorowania przygotowano rozwiązanie ułatwiające Klientom decyzje zakupowe - „Wirtualny Malarz”. Jest to urządzenie pomyślane jako kiosk kreatywny, który pomaga dobrać kolory do wnętrza. Przyjazny interfejs w kilku krokach pozwala poznać preferencje kolorystyczne użytkownika i dobiera indywidualnie paletę do dekoracji pomieszczeń. „Wirtualne Malarze” pojawiają się systematycznie w sklepach Leroy Merlin, będą także instalowane w wybranych salonach Śnieżki.

5. Badania i rozwój

W I półroczu 2010 roku Spółka kontynuowała prace nad:

- wdrożeniem do produkcji i sprzedaży zestawu wyrobów fasadowych wchodzących w skład nowej, kompleksowej oferty Profesjonalne Systemy Ociepleń **FOVEO TECH**,
- wdrożeniem do produkcji i sprzedaży kompleksowej oferty wyrobów do ochrony i dekoracji drewna „VIDARON”,
- rozwojem oferty wyrobów z serii „Magnat Style” – wprowadzenie nowych efektów dekoracyjnych,
- rozszerzenie palety barw i wprowadzenie nowych wyrobów do oferty systemu kolorowania „Śnieżka Kolor”,
- ciągłą poprawą parametrów jakościowych, ekologii i ekonomiki produkcji wyrobów produkowanych przez Śnieżkę.

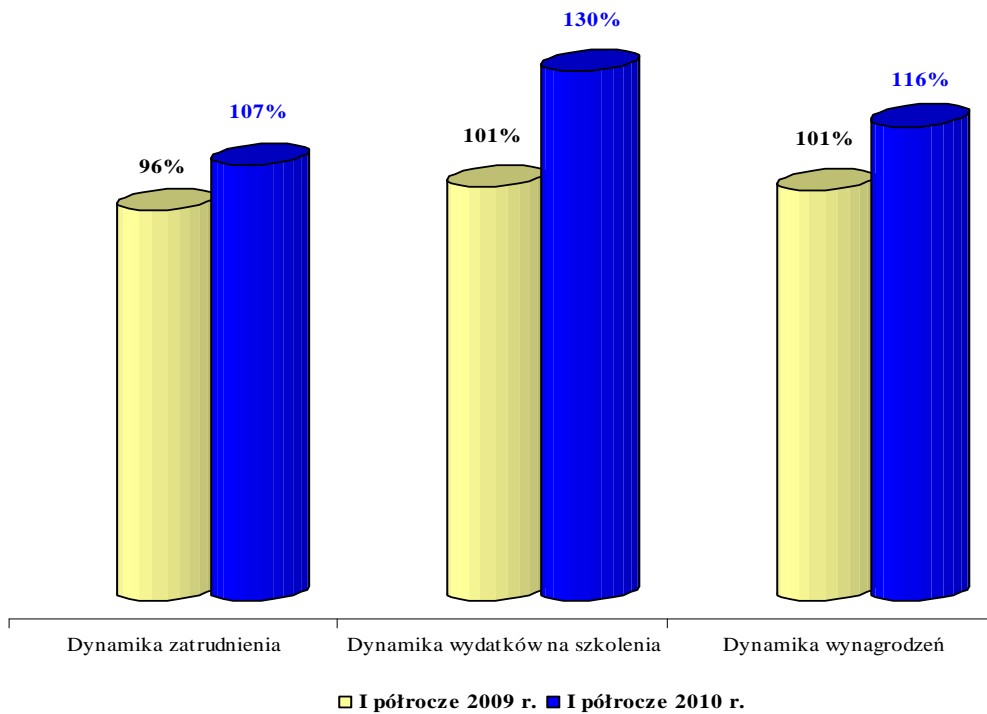
Realizowane badania mają na celu zapewnienie produkcji wysokiej jakości wyrobów przy równoczesnym możliwym obniżeniu kosztów ich wytwarzania, a także zapewnienie pełnego bezpieczeństwa i ochrony środowiska naturalnego w trakcie ich stosowania.

6. Polityka zaopatrzenia

Realizowana przez Spółkę polityka w zakresie zaopatrzenia zmierzała do zaspokojenia wszystkich potrzeb fabryki w zakresie dostaw surowców i materiałów technicznych niezbędnych dla prawidłowego funkcjonowania fabryki. Ważnym celem polityki zakupów było stworzenie stabilnych stosunków z dotychczasowymi dostawcami. Spółka nie rezygnuje także z szukania nowych dostawców krajowych i zagranicznych, głównie w celu dywersyfikacji źródeł zaopatrzenia w surowce, obniżenia kosztów oraz skrócenia czasu dostawy. Z wszystkimi największymi dostawcami surowców i półproduktów Spółka posiada umowy zaopatrzeniowe, określające warunki współpracy.

7. Zatrudnienie

Zatrudnienie na dzień 30 czerwca 2010 roku wyniosło 639 osób i było wyższe o 54 osoby w porównaniu do stanu z analogicznego okresu roku ubiegłego. Średnie zatrudnienie w analizowanym okresie wyniosło 605 osób (łącznie z Zarządem).



Spółka przykłada dużą wagę do podnoszenia kwalifikacji pracowników, stąd 30%-wy wzrost w wydatkach na szkolenia.

8. Inwestycje w środki trwałe i wartości niematerialne

Zadania inwestycyjne w 2010 roku realizowane są w oparciu o zatwierdzony plan inwestycji oraz o szczegółowe jednostkowe decyzje Zarządu Firmy oraz Rady Nadzorczej. Na 2010 rok na realizację zadań inwestycyjnych przeznaczono kwotę 23.797 tys.zł.

W pierwszym półroczu 2010 r poniesiono nakłady na inwestycje rzeczowe i wartości niematerialne w kwocie 12,8 mln zł, co stanowi dynamikę 105% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Inwestycje realizowane w I-szym półroczu 2010 roku związane były z:

- rozbudową powierzchni magazynowych z wyposażeniem,
- rozbudową zdolności produkcyjnych oraz adaptacją linii technologicznych do nowych wyrobów, wymianą i modernizacją parku maszynowego łącznie z budynkami produkcyjnymi,
- modernizacją i rozbudową infrastruktury Firmy – drogi i place, systemy kanalizacji, urządzenia podczyszczające wody opadowe, modernizacją zasilania elektrycznego, sieci telefon., wod. – gaz, informatyczne w poszczególnych Oddziałach Firmy itp.,
- innymi – środki transportu, tablice informacyjne i reklamowe, techniczna ochrona firmy, analizy i opracowania związane z rozwojem i bieżącą działalnością firmy, zaplecze kontrolno – badawcze.

Celem działań inwestycyjnych jest:

- zaspokojenie wzrastającego zapotrzebowania rynku na wyroby FFiL "Śnieżka" S.A.,
- rozszerzenie asortymentu wyrobów,
- poprawa jakości wyrobów,
- usprawnienie magazynowania i dystrybucji wyrobów na rynek hurtowy i detaliczny,
- sprawniejsza obsługa klientów,
- wzrost wydajności instalacji produkcyjnych poprzez automatyzowanie procesów produkcyjnych,
- zakupy środków trwałych oraz gruntów pod przyszłą rozbudowę Firmy,
- dostosowanie działalności Firmy do wprowadzanego prawa krajowego i europejskiego,
- ochrona środowiska naturalnego poprzez ograniczanie emisji czynników szkodliwych do atmosfery oraz ograniczenie zanieczyszczenia gleby,
- poprawa pewności zasilania elektrycznego Firmy.

Nakłady inwestycyjne w 2010 roku kierowane są głównie na porządkowanie dziedzin, które utrudniały działalność Firmy lub ograniczały sprostanie zapotrzebowania rynku. Koniecznym była ciągła poprawa systemu obsługi klienta na coraz trudniejszym rynku i dla coraz bardziej wymagającego klienta. Stąd koniecznym było dalsze porządkowanie gospodarki magazynowej przez stworzenie odpowiedniej ilości miejsc magazynowych odpowiadających nowoczesnym standardom magazynowania i dystrybucji wyrobów. Zmieniające się trendy na rynku wymuszały także konieczność adoptowania linii technologicznych do nowych potrzeb, a także rozbudowę zdolności produkcyjnych. Jednym z przykładów tego jest dobiegający końca montaż nowej linii produkcyjnej farb proszkowych, która zwiększy znacznie zdolności produkcyjne tego produktu, której rozruch przewidywany jest w sierpniu 2010 r.

Sprawne zarządzanie firmą wspiera także ciągle modernizowany system informatyczny. Wdrażane programy informatyczne pozwalają na bieżące śledzenie zdarzeń w Firmie i szybkie oraz skuteczne reagowanie na nie. Łatwiej zatem optymalizować koszty produkcji, gospodarkę materiałową oraz koszty ogólne Firmy. Każdy temat inwestycyjny jest realizowany tak, aby spełniał wymagania ochrony środowiska, specyficzne dla niego i zgodne z obowiązującymi uregulowaniami prawnymi tak krajowymi jak i Unijnymi .

Przedsięwzięcia dotyczące ochrony środowiska to ograniczenie emisji czynników szkodliwych do atmosfery, podczyszczanie wód opadowych w separatorach błota i tłuszczu oraz hermetyzacja procesów produkcyjnych ograniczająca emisję rozproszoną.

9. Finanse

Wybrane dane finansowe FFIL Śnieżka S.A. w tys zł	I półrocze 2010	I półrocze 2009	różnica	dynamika %
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	212 452	214 044	(1 592)	99,3%
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	22 542	19 944	2 598	113,0%
III. Zysk (strata) brutto	22 346	22 074	272	101,2%
IV. Zysk (strata) netto	18 849	17 968	881	104,9%
V. Pełny dochód za dany okres	18 849	17 968	881	104,9%
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	5 630	36 982	(31 352)	15,2%
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(8 514)	(11 408)	2 894	74,6%
VIII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	12 693	(17 983)	30 676	-70,6%
IX. Przepływy pieniężne netto, razem	9 809	7 591	2 218	129,2%
X. Aktywa razem	362 159	348 483	13 676	103,9%
XI. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	183 472	185 020	(1 548)	99,2%
XII. Zobowiązania długoterminowe	5 051	5 038	13	100,3%
XIII. Zobowiązania krótkoterminowe	178 421	179 982	(1 561)	99,1%
XIV. Kapitał własny	178 687	163 463	15 224	109,3%
XV. Kapitał zakładowy	13 554	13 850	(296)	97,9%
XVI. Liczba akcji (w szt.)	13 553 587	13 850 000	(296 413)	97,9%
XVII. Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	1,39	1,30	0,09	107,2%
XVIII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	1,39	1,30	0,09	107,2%
XIX. Wartość księgowa na jedną akcję (w zł)	13,18	11,80	1,38	111,7%
XX. Rozwodniona wartość księgowa na jedną akcję (w zł)	13,18	11,80	1,38	111,7%

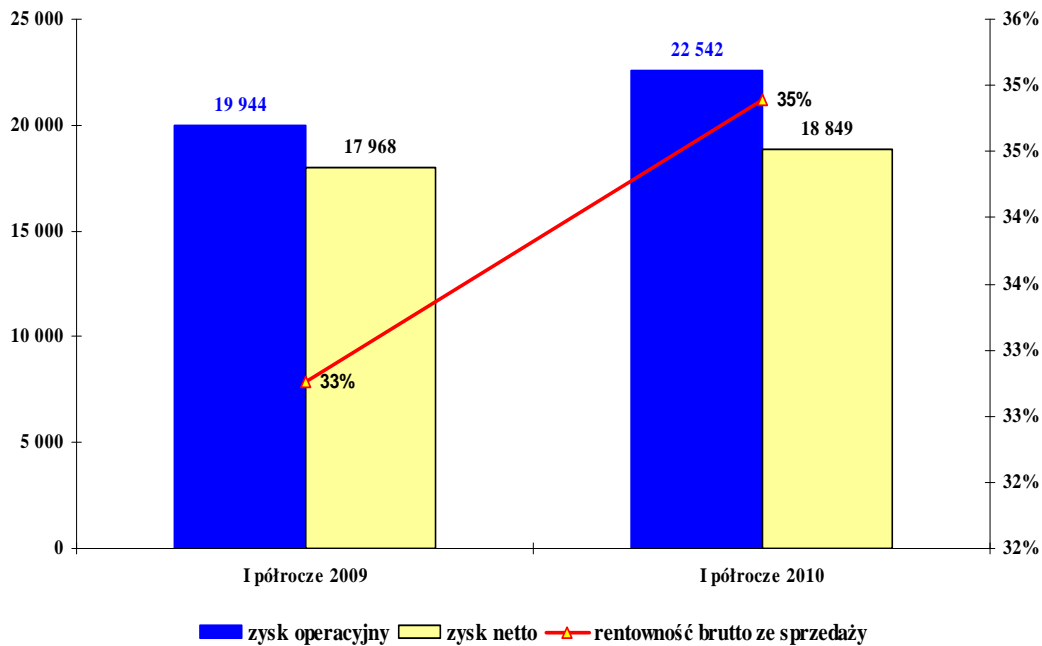
Majątek i jego finansowanie

W I półroczu 2010 roku odnotowano 3,9% wzrost majątku Spółki w porównaniu do I półrocza 2009. Aktywa trwałe wzrosły o 4,7%, natomiast wzrost aktywów obrotowych wyniósł 3,3%. Wyższy wzrost aktywów trwałych był rezultatem 5,5% wzrostu środków trwałych i 83,5% wzrost środków trwałych w budowie. Przyrost aktywów obrotowych jest spowodowany głównie 22,6% wzrostem zapasów i 30,5% wzrostem inwestycji krótkoterminowych.

Wzrost aktywów został sfinansowany wzrostem kapitałów własnych. W rezultacie udział kapitału własnego w finansowaniu majątku wzrósł z 46,9% do 49,3%, natomiast zmniejszyło się finansowanie kapitałami obcymi z 53,1% do 50,7% z uwagi na 4,2% zmniejszenie kredytów i 11,5% zmniejszenie zobowiązań z tyt. dostaw i usług.

W I półroczu 2010 roku Spółka nie miała problemów z bieżącym regulowaniem swoich zobowiązań. Statyczna analiza płynności finansowej na koniec okresu pozwala stwierdzić, że Spółka znajduje się w bardzo dobrej kondycji finansowej. Potwierdzają to wskaźniki płynności finansowej, które przyjmują bezpieczne wartości. W porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku cykl należności jest mniejszy o 23 dni. Należności z tytułu dostaw i usług są o 5,3 % niższe od roku poprzedniego, przy mniejszej o 0,7% sprzedaży. Korzystne ukształtowanie się tego wskaźnika na koniec półrocza wynika z dyscyplinujących działań podjętych przez Spółkę. Wskaźnik rotacji zapasów jest na wyższym o 12,2 dnia poziomie jak rok wcześniej, a rotacji zobowiązań jest mniejszy o 1,5 dnia. Spółka nie posiadała zobowiązań przeterminowanych. Wyniki Spółki są korzystne, a potwierdzeniem tego jest wzrost rentowności operacyjnej o 1,29% porównaniu z I półroczem 2009. Poniżej prezentacja wyników potwierdzająca ten fakt.

Porównanie głównych wyników



Grupa Kapitałowa i powiązania kapitałowe

W skład grupy kapitałowej Śnieżki wchodzi:

- FARBUD Sp. z o.o. w Lublinie - 80,93% udziałów,
- ŚNIEŻKA UKRAINA Sp. z o.o. w Jaworowie - 81,27% udziałów,
- ŚNIEŻKA Sp. z o.o. w Wistowej, Ukraina - 100% udziałów (bezpośrednio 74% udziałów oraz pośrednio 26% udziałów poprzez Spółkę Śnieżka Ukraina Sp. z o.o.),
- HADROKOR Sp. z o.o. we Włocławku - 51,09% udziałów,
- Śnieżka - BELPOL Sp. z o.o. w Żodino koło Mińska - 88% udziałów,
- SNIEZKA ROMANIA Sp. z o.o. w Savinesti, Rumunia – 80% udziałów,
- Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL Spółka z o.o. – Grupa Śnieżka, z siedzibą w Bytowie. FFiL Śnieżka S.A. posiada 100,00% udziałów w tej spółce.

Powiązania kapitałowe dotyczą jeszcze Spółki stowarzyszonej Plastbud Sp. z o.o. w Pustkowie - z własnością 10,07 % jej udziałów, która jest konsolidowana ze względu na znaczący udział FFiL Śnieżka S.A. w jej sprzedaży.

Zmiany w strukturze własnościowej kapitałów Spółek powiązanych Grupy Kapitałowej Śnieżka w I półroczu 2010 roku oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania:

W dniu 5 marca 2010 r. FFiL Śnieżka S.A. zakupiła 1,34% udziałów w spółce „Śnieżka-Ukraina” Sp. z o.o. z siedzibą w Jaworowie za kwotę 1.065.200,00 (słownie: jeden milion sześćdziesiąt pięć tysięcy dwieście) hrywien ukraińskich. Po dokonaniu tego zakupu FFiL Śnieżka SA posiada 81,27% udziałów w kapitale zakładowym Spółki zależnej. Przedmiotowa transakcja została zarejestrowana we właściwym Rejestrze Handlowym w marcu 2010 r.

W dniu 14 czerwca 2010r. FFiL Śnieżka S.A. dokonała zbycia posiadanych 1.350 udziałów Spółki Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL Sp. z o.o. – Grupa Śnieżka z siedzibą w Bytowie za kwotę 1.500.012,- zł (słownie: jeden milion pięćset tysięcy dwanaście złotych). Nabywcą była Spółka PROXIMAL Sp. z o.o. w Bytowie, która zakupiła te udziały celem ich umorzenia zgodnie z przepisami ustawy z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks Spółek Handlowych. Przedmiotowa sprzedaż i umorzenie zostaną zarejestrowane w odpowiednim sądzie rejestrowym po przeprowadzeniu procedury konwokacyjnej.

10.Podstawowe ryzyka i zagrożenia związane z działalnością na rynku farb i lakierów

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski

Wyniki makroekonomiczne polskiej gospodarki oraz tempo jej rozwoju mają istotny wpływ na kluczowy dla Spółki rynek budowlany, który generuje popyt na zasadniczą część jej produktów. Siła nabywcza konsumentów produktów Spółki, skłonność do rozpoczynania nowych inwestycji oraz przeprowadzania remontów przez nabywców detalicznych są w istotny sposób powiązane ze wzrostem PKB oraz poziomem stóp procentowych.

W Wieloletnim Planie Finansowym Państwa na lata 2010-2013 założono wzrost PKB w 2010 roku o 3,0 proc. Zgodnie z WFPF oczekuje się, że w 2010 r. głównym czynnikiem wzrostu gospodarczego w Polsce będzie popyt krajowy, w tym inwestycje sektora publicznego związane z realizacją projektów infrastrukturalnych współfinansowanych ze środków UE. Obserwowane tendencje na rynku pracy i utrzymująca się wysoka stopa bezrobocia wskazują, że realny wzrost popytu konsumpcyjnego gospodarstw domowych w roku bieżącym będzie nieco niższy niż tempo zanotowane w 2009 r. Z zapaści wychodzi budownictwo. Produkcja budowlano-montażowa, obejmująca roboty o charakterze inwestycyjnym i remontowym, była w czerwcu 2010 roku wyższa o 9,6 proc. niż przed rokiem i o 24,4 proc. w porównaniu z majem. Tu jednak pierwsze półrocze było wciąż gorsze od ubiegłorocznego o 6,1 proc. Na słaby wynik sektora w pierwszej połowie roku wpłynęła przede wszystkim wyjątkowo ostra zima. Spadek produkcji w budownictwie w pierwszym kwartale tego roku wyniósł 15,2 proc. w stosunku do ubiegłego roku.

Ryzyko związane z rynkiem budowlanym

Zdecydowaną większość sprzedaży Spółki stanowią wyroby przeznaczone dla budownictwa, co wskazuje na jej silne uzależnienie od tego sektora gospodarki. Istnieje ryzyko, że w przypadku pogorszenia koniunktury w budownictwie, może dojść do ograniczenia popytu na farby i lakiery, co może niekorzystnie wpłynąć na generowane przez Spółkę przychody. Na uwagę zasługuje jednak fakt, że tylko ok.20-25% przychodów Spółki związanych jest z nowym budownictwem. Zdecydowana większość produktów spółki wykorzystywana jest do prac remontowych, które realizowane są niezależnie od koniunktury na rynku budowlanym.

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej, wzrost inwestycji i środków unijnych przysługujących Polsce oraz przyjęcie zobowiązania organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2012 r. to najważniejsze zjawiska, które determinowały sytuację branży budowlanej w Polsce w ostatnich latach. Ostatnio do tych kluczowych zjawisk doszedł wpływ ogólnoswiatowego kryzysu finansowego (ograniczenie dostępności środków kredytowych) oraz wzrost niepewności inwestycyjnej, którego świadkami jesteśmy obecnie.

Na skutek wyjątkowo mroźnej zimy, pierwszy kwartał 2010 r. charakteryzował się poważnym spadkiem aktywności na polskich budowach, a większość firm budowlanych

odnotowała opóźnienia w realizacji inwestycji. Niewątpliwie będą one miały wpływ na niższe wzrosty branży budowlanej w całym 2010 r., które w najlepszym wypadku utrzymają się na ubiegłorocznym 4-5% poziomie. Za pozytywny należy uznać fakt, że sytuacja na rynku budowlanym w Polsce oceniana jest coraz bardziej pozytywnie. Poprawa sytuacji gospodarczej, większa aktywność instytucji finansowych w sferze finansowania nieruchomości oraz początki ożywienia w budownictwie deweloperskim sprawiają, że po okresie spowolnienia rynek budowlany w Polsce w najbliższych miesiącach zacznie się ożywiać. Odzwierciedlają to pozytywne oceny koniunktury budowlanej wśród przedsiębiorców.

Ryzyko związane z konkurencją

W pierwszym kwartale 2010 roku utrzymywał się trend sprzedażowy z końca roku 2009. Branżę budowlaną dotknęła sroga i długa zima - spowodowało to znaczne spowolnienie branży. Drugi kwartał 2010 nie przyniósł ożywienia w sprzedaży farb. Wypadek samolotu prezydenckiego, powódź w większej części kraju wpłynęły negatywnie na nastroje Polaków. Nastroje te, podobnie jak groźba skutków kryzysu, przełożyły się na zastój w branży budowlanej, co spowodowało, że większość konkurentów rynkowych baczniej zwracała uwagę na wydatki, przede wszystkim na koszty sprzedaży. Znaczący producenci, jak co roku, rozpoczęli kampanie reklamowe i lokowali swoje przekazy przede wszystkim w telewizji, radiu i prasie. To marka nadal odgrywa znaczącą rolę przy podejmowaniu decyzji zakupowych, stąd też należy oczekiwać dalszych działań firm konkurencyjnych skupiających się przede wszystkim na promocji własnych marek.

Ryzyko związane z kanałami dystrybucji

W FFiL Śnieżka SA nadal dominującą rolę odgrywa tradycyjny model dystrybucji (fabryka – hurtownia – sklepy, firmy budowlane – klient ostateczny). Silna konkurencja pomiędzy poszczególnymi producentami, także w obrębie kanału dystrybucji, sprawia, że o każde jego ogniwo należy bardzo starannie zabiegać i wspierać różnymi działaniami promocyjnymi. Od kilku lat Śnieżka rozwija nowoczesny kanał dystrybucji, którego znaczenie rośnie. Na dzień dzisiejszy Spółka posiada umowy z większością marketów DIY, które działają na polskim rynku. W latach wcześniejszych oraz w ubiegłym roku kanał ten wykazywał dużą dynamikę, wynikającą między innymi ze sporej liczby nowo otwieranych marketów. Biorąc pod uwagę obecną sytuację gospodarczą, a szczególnie rynek budowlany, istnieje ryzyko, że sieci handlowe nie zdecydują się na realizowanie tak dużej ilości inwestycji, co może wpłynąć na dynamikę sprzedaży realizowanej przez Spółkę w tym kanale.

Ryzyko związane z usługami transportowymi

Obsługą transportową w zakresie wysyłki wyrobów i towarów sprzedawanych przez FFiL Śnieżka SA w głównej mierze zajmuje się firma Spedfarb Sp.J.

W związku ze zwiększającą się liczbą klientów, m.in. sieci handlowe, jak również wzrostem sprzedaży, powstaje ryzyko związane z utrzymaniem terminowości dostaw. Aby zapewnić sprawne funkcjonowanie mechanizmu usług w dostarczaniu towarów do klientów, podejmowane są działania mające zwiększyć ilość firm świadczących usługi transportowe, z którymi współpracuje Spółka. Działania polegające na większym wykorzystaniu do usług transportowych firm kurierskich, jak również zwiększanie ilości podmiotów świadczących usługi z branży TLS, pozwalają utrzymać ciągłość i terminowość dostaw do klientów.

Ryzyko związane z kontrolą należności

Sytuacja związana z kontrolą należności w Spółce jest stabilna i zadowalająca. Śnieżka utrzymuje poziom ryzyka i zagrożeń na niewielkim, bezpiecznym poziomie. Obecnie Spółka ma ubezpieczonych około 95% ogółu klientów krajowych.

Wśród działań mających zminimalizować możliwość tego ryzyka wymienić należy:

- stosowanie zabezpieczeń głównie w postaci hipotek na nieruchomościach,
- weryfikowanie poziomu aktualnych limitów kredytów kupieckich dla poszczególnych klientów,
- skrócenie okresu po upływie którego w przypadku opóźnień płatniczych danego klienta wstrzymywane są dostawy,
- premiowanie klientów dokonujących płatności w skróconym terminie w zamian za dodatkowy bonus,
- analizowanie sytuacji finansowej odbiorców.

Skuteczność powyższych działań powoduje, że powyższe ryzyko w konkretnych realiach Spółki, należy uznać za niezbyt wysokie.

Ryzyko walutowe

W działalności FFiL Śnieżka S.A. znaczącą rolę odgrywa ryzyko zmian kursów walutowych. Spółka importuje surowce używane do produkcji głównie z Europy Zachodniej, w związku z czym posiada zobowiązania nominowane w EURO. Z drugiej strony eksportuje swoje wyroby do krajów Europy Wschodniej (Ukraina, Białoruś, Mołdawia, Rosja), w których rozliczenia prowadzone są głównie w USD. Firma jest więc narażona na ryzyko wynikające ze zmianą kursu EUR/USD i relacji obydwu tych walut w stosunku do złotego. Najbardziej korzystnym scenariuszem dla spółki jest jak najniższy kurs EUR/USD, obniżający koszty surowcowe i maksymalizujący wpływy eksportowe.

W spółce na bieżąco jest prowadzona analiza ryzyka walutowego FFiL Śnieżka S.A. Obecnie spółka korzysta z kredytu walutowego w USD w wysokości 15,3 mln USD, który służy zabezpieczeniu posiadanych kapitałów w spółkach zależnych na Ukrainie i Białorusi oraz zminimalizowaniu niekorzystnych różnic kursowych z wpływów eksportowych. W I półroczu 2010 roku spółka nie stosowała i obecnie również nie zawiera zabezpieczeń w postaci pochodnych instrumentów finansowych takich jak opcje, kontrakty forward, futures czy też swap.

Ze względu na wysoki poziom finansowania kredytami bankowymi spółka jest także narażona na ryzyko stopy procentowej. Korzystanie z kredytu nominowanego w walucie USD umożliwi obniżenie tej stopy procentowej z powodu niższej stopy Libor USD w porównaniu ze stopą WIBOR.

Ryzyko związane z głębokim kryzysem w Europie Wschodniej

Kryzys gospodarczy w Europie Wschodniej ma znaczący wpływ na sprzedaż eksportową realizowaną przez Spółkę w I półroczu 2010 roku. Szybszy wzrost gospodarczy uzależniony będzie od poprawy światowej koniunktury gospodarczej.

MFW i Bank Światowy prognozują, odpowiednio 2,7% oraz 2,5% wzrostu PKB Ukrainy w 2010 r. Pozytywny trend zanotowano w przypadku połowy sektorów gospodarki. Znaczną poprawę odnotowano w przemyśle, rolnictwie oraz hurtowym segmencie handlu. Są sektory, które nadal tkwią w recesji. Dotyczy to detalicznego handlu, gdzie odnotowano 2,6-proc. spadek. Powodem jest m.in. inflacja, utrzymująca się od kilku lat na wysokim dwucyfrowym poziomie. Nienajlepsze czasy przeżywa także budownictwo. Inwestycje w tym sektorze w

2009 r. spadły o 41,5 proc. W I kwartale tego roku spadek inwestycji w budownictwie sięgnął 21,4 proc. Złe wyniki w detalicznym handlu i budownictwie są czynnikiem mającym bardzo duże znaczenie dla rynku farb i lakierów. Stabilizacja sytuacji politycznej, reforma systemu bankowego oraz wznowienie kredytowania przez MFW i inne instytucje finansowe sprzyjać będzie poprawie sytuacji gospodarczej Ukrainy w 2010 r.

Rumunia aktualnie przechodzi okres poważnego kryzysu gospodarczo-finansowego. W ramach walki z jego skutkami współpracuje zarówno z Komisją Europejską jak i Międzynarodowym Funduszem Walutowym. Trudno obecnie ocenić jak długo będzie trwała obecna recesja, jednak już teraz wiadomo, że usunięcie wszystkich jej skutków zajmie kilka kolejnych lat. Pomimo trudności Rumunia kontroluje swoją inflację. Z punktu widzenia regionu, Rumunia jest jego niezaprzeczalnym liderem, będąc największym ludnościowo państwem bałkańskim i posiadając drugi w kolejności (po Grecji) wskaźnik wartości PKB.

Ryzyko wzrostu cen surowców

Podstawowe zagrożenia:

- wzrost cen surowców,
- ograniczony dostęp do surowców.

Ostatnie miesiące potwierdziły ogólnoswiatowy wzrost cen surowców chemicznych oraz problemy z dostępnością surowców. Światowi producenci surowców nie znajdują wiarygodnego uzasadnienia dla zapowiedzianych oraz wprowadzonych podwyżek, które, w związku z powyższym, uzasadniane są dążeniem do zwiększenia zysków producentów. Warto przy tym zaznaczyć względną stabilność cen ropy naftowej, która jest podstawowym składnikiem w produkcji surowców chemicznych (np. żywic, dyspersji, zagęstników).

Zrównoważony bilans popytowo-podażowy w „świecie surowców” nie sprzyjał podwyżkom, dopiero awarie, postoje produkcyjne wraz z informacjami o ograniczeniu produkcji przez potężne koncerny chemiczne wprowadziły niepokój na rynek surowców.

Ryzyko związane ze zmianami w polskim systemie podatkowym

Zapowiedzi zmian w systemie podatkowym na najbliższe okresy są niekorzystne dla podatników i przedsiębiorstw. Zmniejszone w efekcie kryzysu gospodarczego wpływy do Budżetu Państwa wymagają nie tylko oszczędności budżetowych, lecz także zwiększenia podatków. Zapowiedzi tych zmian dotyczą wzrostu stawki podatku VAT (przy czym nie wiadomo czy wzrost stawki tego podatku o 1%, okaże się wystarczający), likwidacji możliwości odliczenia podatku VAT od samochodów i paliwa, wzrostu podatków i opłat lokalnych, wprowadzenia obowiązkowego ubezpieczenia przed powodzią na terenach zagrożonych. Skutkiem tych zmian może być nie tylko istotny wzrost kosztów, lecz także cen wyrobów, oraz co jest najgroźniejsze - zmniejszenie popytu na wyroby przedsiębiorstw, wynikające z psychiki konsumentów i odbioru przez nich skutków spodziewanych zmian w systemie podatkowym, jako zagrożenia dla ich interesów i sytuacji majątkowej, co w efekcie może przejawiać się zwiększoną skłonnością do oszczędzania.

Wpływ na poziom ryzyka podatkowego mają zarówno czynniki zewnętrzne firmy, takie jak: niestabilne prawo podatkowe, niejednolite, zmieniające się interpretacje prawa podatkowego oraz linie orzecznictwa sądowego czy fiskalizm organów skarbowych, jak i czynniki wewnętrzne firmy, np. brak właściwie wykwalifikowanych pracowników odpowiedzialnych za rozliczenia podatkowe, brak sformalizowanych i precyzyjnych procedur podatkowych oraz brak prawidłowo skonstruowanych funkcji podatkowych w systemach informatycznych.

Należy wskazać na szereg niezgodności pomiędzy interpretacjami Ministra Finansów a rozstrzygnięciami sądów administracyjnych, wynikiem czego jest brak możliwości przewidzenia jednolitych skutków podatkowych dla konkretnych transakcji.

Ryzyko niezrealizowania inwestycji planowanych

Główne zadania inwestycyjne związane z rozbudową zdolności produkcyjnych, poprawą i usprawnieniem gospodarki magazynowej i dystrybucji wyrobów, rozbudową infrastruktury firmy oraz zadania związane z ochroną środowiska naturalnego powinny zostać wykonane w całości.

Ewentualne niewykonanie niektórych zadań inwestycyjnych w planowanym zakresie, ma związek głównie ze zmieniającą się polityką rozwojową i weryfikacją przyjętych założeń dotyczących otoczenia Firmy i nie niesie żadnego ryzyka z tytułu ograniczenia zdolności produkcyjnych, pogorszenia jakości wyrobów czy też utrudnień w funkcjonowaniu Firmy.

11. Nagrody, wyróżnienia

Złoty Laur Konsumenta 2010

W szóstej edycji programu „Laur Konsumenta” FFiL Śnieżka SA po raz kolejny zdobyła Złoty Laur Konsumenta w kategorii „Farby” pokonując wszystkich konkurentów i zostając najbardziej cenioną przez klientów marką w swojej branży.

Dodatkowo, w tegorocznej edycji plebiscytu, marka VIDARON – należąca do FFiL Śnieżka SA – otrzymała tytuł „Odkrycie Roku 2010”. Tytuł „Odkrycie Roku” przyznawany jest produktom nowym, które w pozytywny sposób zwróciły na siebie uwagę konsumentów.

Laur Konsumenta jest największym projektem konsumenckim w kraju, którego celem jest wyłanianie każdego roku najpopularniejszych produktów i marek w kilkuset kategoriach. Zakrojony na skalę ogólnopolską sondaż wyłania te produkty, które cieszą się największym uznaniem klientów.

Śnieżka - Marka Wysokiej Reputacji

FFiL Śnieżka SA już po raz kolejny potwierdziła wysoką reputację. W badaniu marek PremiumBrand 2010 zajęła bardzo wysoką 6 pozycję wśród wszystkich nagrodzonych marek, a zdecydowanie najwyższą spośród marek w swojej branży. PremiumBrand to jedyny w Polsce projekt certyfikujący reputację marek i firm. Prowadzony jest od 2006 roku. Organizatorem PremiumBrand jest agencja MMT Management, realizację badania przeprowadził instytut badawczy MillwardBrown SMG/KRC.

Śnieżka odporna na kryzys

Fabryka Farb i Lakierów ŚNIEŻKA S.A. znalazła się w zaszczytnym gronie największych firm Rzeczypospolitej. O 15 miejsc poprawiła swoją pozycję w rankingu Listy 500 dziennika. Ranking Lista 500 przygotowuje co roku jeden z najbardziej respektowanych ogólnopolskich dzienników – „Rzeczpospolita”. Dziennikarze gazety opracowują go na podstawie przekazanych redakcji informacji prasowych, ankiet zawierających podstawowe dane finansowe, a także sprawozdań finansowych.

Śnieżka Wizytówką Polskiego Produktu 2010

Marka Śnieżka znalazła się w gronie laureatów badania TNS OBOP przeprowadzonego na potrzeby 2 Forum Polskiego Produktu i - uzyskując bardzo wysoki odsetek wskazań (40%) - została *Wizytówką Polskiego Produktu 2010*. *Wizytówki Polskiego Produktu 2010* to najbardziej polecane za granicą polskie produkty. Ankietowani wskazywali, które polskie produkty i marki Polacy uważają za powód do dumy, którymi moglibyśmy się chwalić i które z nich są faktycznie użytkowane.

Śnieżka "Mocna wizerunkiem" !

Społeczne projekty FFiL Śnieżka zostały nagrodzone w 6-tej edycji konkursu PR „Mocni Wizerunkiem”. FFiL Śnieżka SA otrzymała dwie główne nagrody. Na poziomie ogólnopolskim Firmę wyróżniono za realizację projektu "Kolorowe Boiska...czyli Szkolna Pierwsza Liga", zaś w edycji podkarpackiej Śnieżkę uhonorowano za całokształt działalności społecznej.

Finał realizowanego do 6-ciu lat konkursu "Mocni wizerunkiem" odbywa się podczas jednego z największych wydarzeń branżowych - Kongresu Public Relations. Celem Konkursu jest promowanie działań, które z wyjątkiem standardów PR, charakteryzuje wyraźny wydźwięk społeczny. Zwycięzcy wybrani są spośród firm wykazujących się na tym polu dużą aktywnością. Nagrody przyznaje kapituła złożona z wysokiej klasy profesjonalistów z zakresu public relations - praktyków, naukowców oraz przedstawicieli organizacji społecznych.

Śnieżka Lokomotywą Polskiej Gospodarki

Śnieżki zdobyła tytuł „Lokomotywy Polskiej Gospodarki”. Firma znalazła się na 48 miejscu w rankingu, który w lutym na swych łamach opublikował miesięcznik ekonomiczny Home&Market.

Jak zaznaczyli autorzy raportu oceniający kondycję polskiej gospodarki w minionym roku, *„Receptą na wyjście z kryzysu i szansą na rozwój polskiej gospodarki jest konieczność implementacji przez przedsiębiorstwa nowych pomysłów produkcyjnych i stosowania innowacyjnych rozwiązań”*.

Śnieżka - „Dużą Perłą Polskiej Gospodarki”

FFiL Śnieżka SA zajęła bardzo wysokie 19 miejsce w VII edycji rankingu Perły Polskiej Gospodarki i tym samym zdobyła wyróżnienie w kategorii „Perły Duże”. Ranking powstaje dzięki anglojęzycznemu miesięcznikowi gospodarczemu „Polish Market”. Organizatorzy rankingu po raz kolejny docenili Śnieżkę „za konsekwentną realizację polityki i strategii przedsiębiorstwa oraz pozycję lidera wśród najbardziej dynamicznych i najbardziej efektywnych przedsiębiorstw w Polsce”. Firmy uznane za Perły Polskiej Gospodarki należą do najbardziej rentownych i wydajnych przedsiębiorstw, a ich kondycja finansowa jest poddawana ocenie ekspertów Instytutu Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk.

12.Podsumowanie

W I półroczu 2010 r. naszą rzeczywistość gospodarczą charakteryzowała duża niepewność i nieprzewidywalność wynikająca z postępującego spowolnienia gospodarki i zagrożenia kryzysem. Przejawiało się to w spadku realnego popytu, zarówno w kraju, jak i w znacznie większym stopniu w eksporcie. W tych trudnych realiach rynkowych uzyskane wyniki Spółki należy uznać za dobre.

Zarząd Spółki pozytywnie ocenia działania Spółki realizowane w okresie I półroczu 2010 roku. Przyczyniły się one do uzyskania wysokiej efektywności Spółki, a osiągnięte wyniki w zakresie wielkości sprzedaży, wydajności, pozycji rynkowej, a zwłaszcza sytuacji finansowej, są zgodne z realnymi możliwościami i stanowią podstawę do dalszego rozwoju firmy. W II połowie 2010 roku Zarząd Spółki będzie w dalszym ciągu realizował strategię Firmy zmierzającą do umacniania pozycji rynkowej Spółki, systematycznej poprawy jej wyników oraz wzrostu wartości rynkowej.

Zarząd Fabryki Farb i Lakierów „Śnieżka” w Lubzinie

Podpisy Członków Zarządu

Piotr Mikrut _____

Witold Waśko _____

Walentyna Ochab _____

Joanna Wróbel-Lipa _____

Lubzina, dnia 26 sierpnia 2010 roku