



Prezentacja wyników za I kwartał 2017 roku



www.sniezka.pl





Nasze marki





- 
1984 — rozpoczęcie produkcji farb

- 
1998 — powstanie Spółki Akcyjnej Śnieżka

- 
2000 — rozpoczęcie produkcji na Ukrainie

- 
2003 — rozpoczęcie produkcji na Białorusi

- 
2003 — debiut na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie

- 
2004 — wprowadzenie na rynek marki Magnat

MAGNAT



- kolejne nowe marki na rynku



2010





- nowa identyfikacja wizualna marki Śnieżka

2012


- wprowadzenie na polski rynek pierwszej farby satynowej w gotowych kolorach

2012




- wprowadzenie na polski rynek pierwszej farby ceramicznej w gotowych kolorach

2013




- wprowadzenie na polski rynek innowacyjnej farby z formułą redukującą szkodliwy Formaldehyd

2017






WARTOŚCI FFiL ŚNIEŻKA SA

Klientocentryczność

Klient i jego satysfakcja to podstawa naszego działania.

Strategiczna perspektywa

Wiemy, jaki jest nasz pomysł i konsekwentnie idziemy własną drogą. Budujemy długofalową perspektywę rozwoju firmy w oparciu o ambitną strategię i mądrze podejmowane ryzyko.

Innowacyjność

Systematycznie poszukujemy inspiracji wzbogacających portfolio naszych produktów i sposobów działania.

Ludzie

Głęboko wierzymy, że to ludzie są naszym najcenniejszym zasobem.

Współpraca, szacunek i zaufanie

Współpraca, szacunek i zaufanie jest dla nas podstawą synergii i działania firmy jako całości.

Odpowiedzialność i zaangażowanie

Przyjmujemy osobistą odpowiedzialność za podejmowane działania i sposób ich realizacji.

Efektywność biznesowa

Efektywność biznesowa jest nadrzędnym kryterium każdego naszego działania.



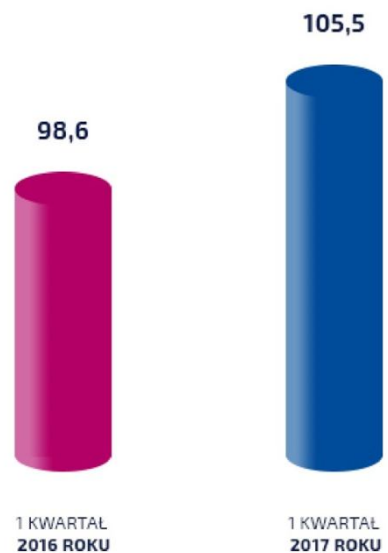
W mln PLN	1 KWARTAŁ 2017 ROKU	1 KWARTAŁ 2016 ROKU	<i>dynamika</i>
Przychody	134,7	124,2	108,5%
EBIT	21,7	15,3	141,8%
marża EBIT	16,1%	12,3%	
EBITDA	26,1	19,8	131,8%
marża EBITDA	19,4%	15,9%	
zysk netto	15,5	11,9	130,3%



W mln PLN	1 KWARTAŁ 2017 ROKU	1 KWARTAŁ 2016 ROKU	<i>dynamika</i>
Przeptywy z działalności operacyjnej	-23,5	-25,1	93,6%
Należności z tyt. dostaw i usług	139,3	133,3	104,5%
Zobowiązania z tyt. dostaw i usług	86,8	74,5	116,5%
Zapasy	86,9	73,8	117,8%
Dług odsetkowy netto	76,2	76,1	100,1%
CAPEX	5,9	4,6	128,3%



RYNEK POLSKI

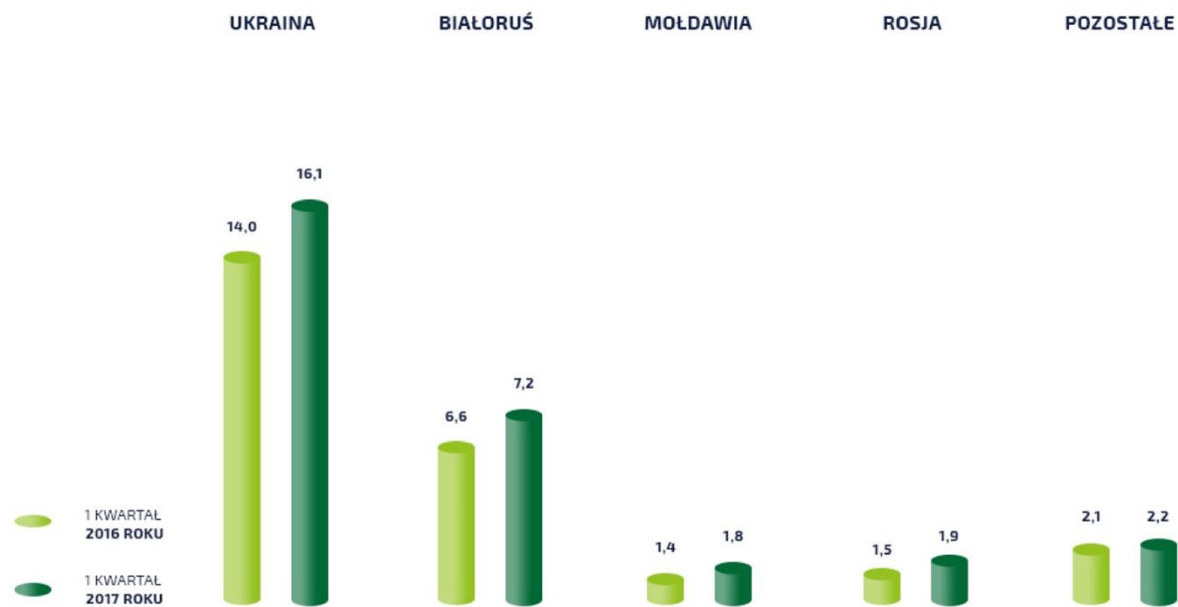


W mln PLN

+7,0%



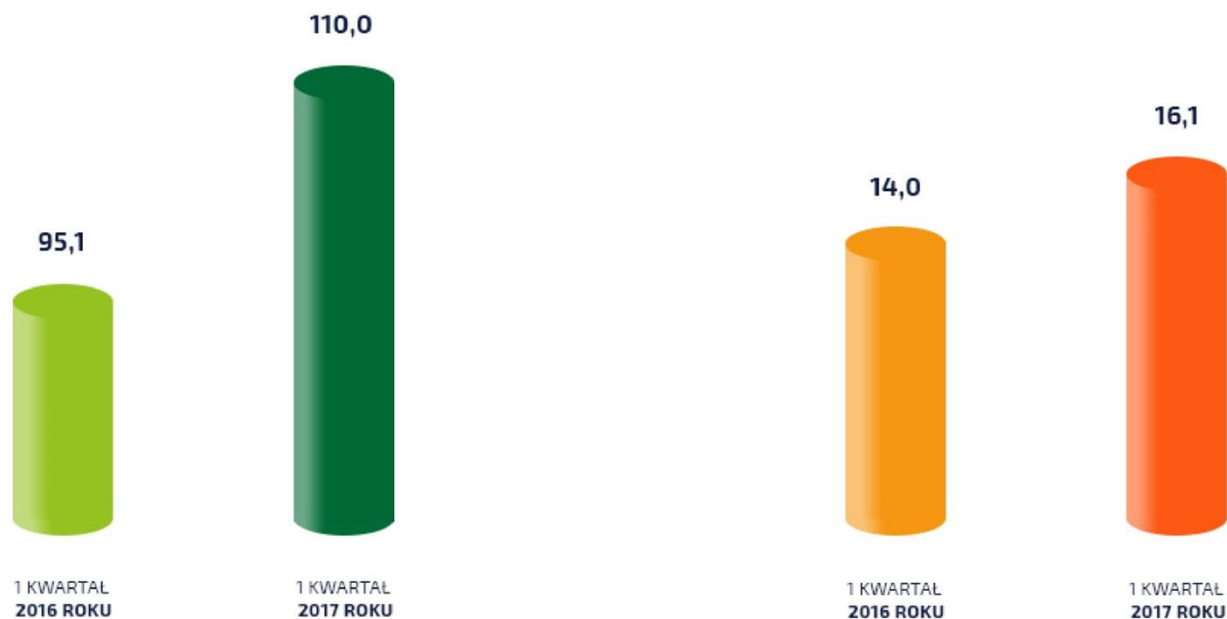
POZOSTAŁE RYNKI



W mln PLN	UKRAINA	BIAŁORUŚ	MOLDAWIA	ROSJA	POZOSTAŁE
	+15,0 %	+9,1 %	+28,6 %	+26,7 %	+4,8 %



RYNEK UKRAIŃSKI



W mln UAH

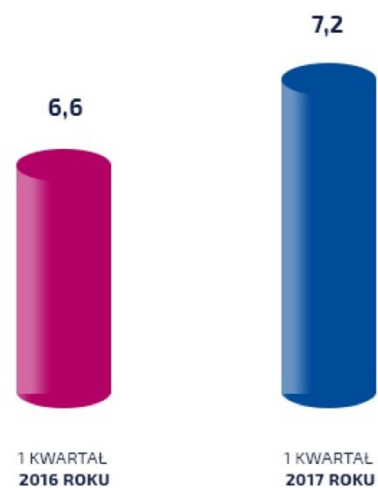
+15,7 %

W mln PLN

+15,0 %



RYNEK BIAŁORUSKI

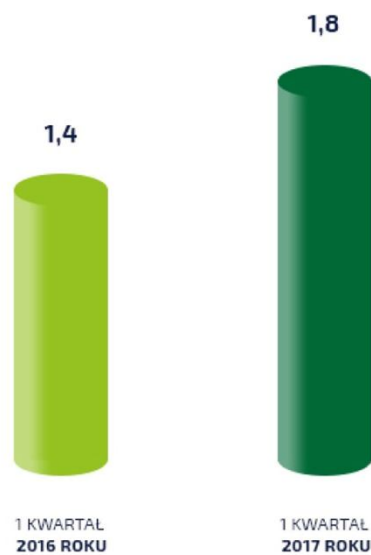


W mln PLN

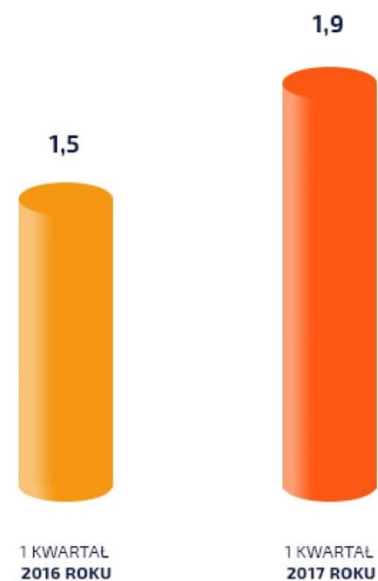
+9,1%



RYNEK MOŁDAWSKI



RYNEK ROSYJSKI



W mln PLN

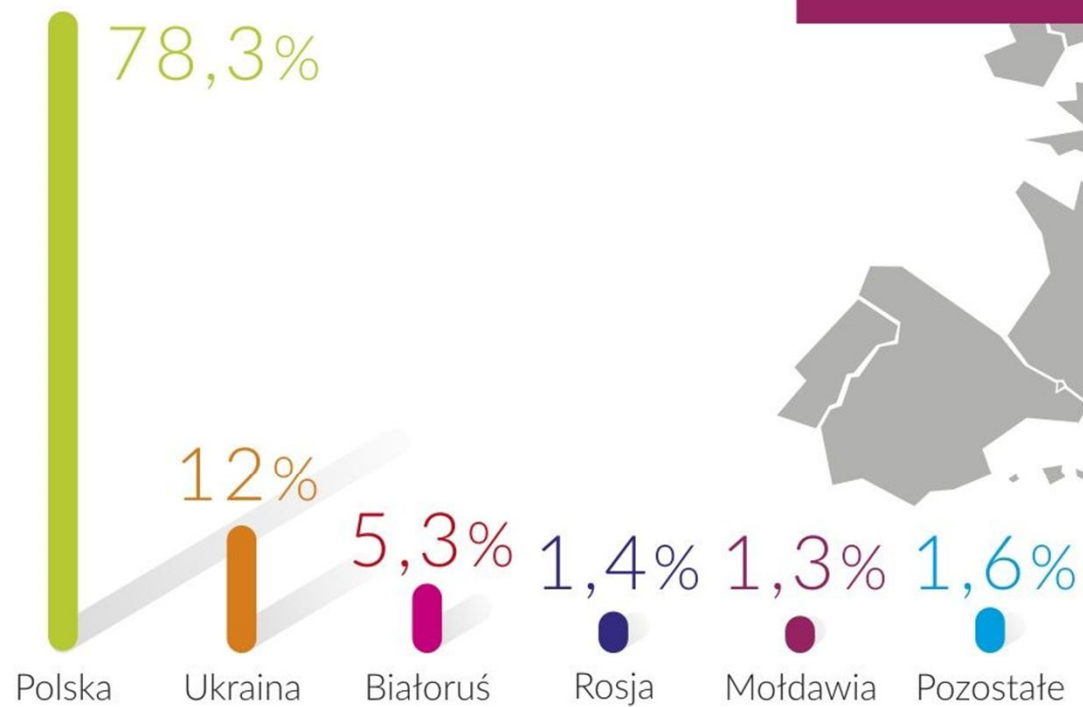
+28,6%

W mln PLN

+26,7%



Wiodące rynki



Jedna z wiodących marek na rynku polskim, ukraińskim, białoruskim i mołdawskim



Struktura sprzedaży w Grupie według krajów w I kwartale 2017 roku



Kierunki eksportu

- | | | | | |
|-------------------|------------|-------------|------------|---------------|
| ● Białoruś | ● Słowacja | ● Niemcy | ● Austria | ● Kaliningrad |
| ● Mołdawia | ● Rumunia | ● Łotwa | ● Belgia | ● Ghana |
| ● Ukraina | ● Litwa | ● Holandia | ● Włochy | ● Algieria |
| ● Rosja | ● Francja | ● Irlandia | ● Estonia | ● Serbia |
| ● Wielka Brytania | ● Armenia | ● Norwegia | ● Słowenia | ● Pakistan |
| ● Kazachstan | ● Gruzja | ● Finlandia | | ● Cypr |
| ● Węgry | ● Szwecja | ● Czechy | | ● Maroko |



33 kierunki
eksportowe
w 2016 roku

Propozycja dywidendy z zysku za 2016 rok



Dywidenda na 1 akcję w zł

Wypłata dywidendy w wysokości 3,20 zł na jedną akcję z zysku za 2016



Kampania reklamowa Śnieżka Satynowa



Reklama telewizyjna w czasie największej oglądalności w najpopularniejszych stacjach telewizyjnych, jak: TVP1, TVP2, TVN, POLSAT czy DOMO+. Reklamie telewizyjnej będą towarzyszyły działania w Internecie, m.in. kampania banerowa i contentowa na witrynach tematycznych, najbardziej poczytnych portalach informacyjnych czy w prestiżowych kanałach VOD.



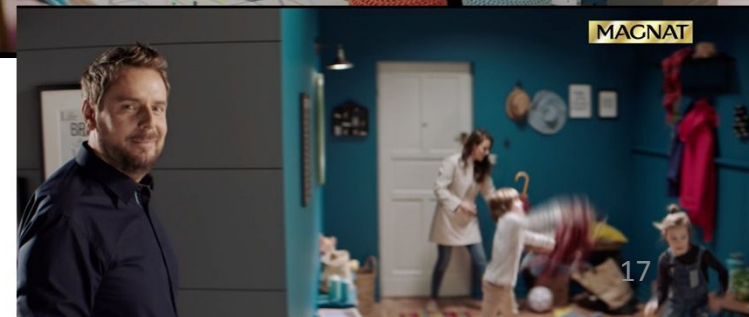
Kampania reklamowa Magnat

**FARBA, KTÓRA
DBA O CIEBIE!**

*Polecam
Hojciech Modest Amaro*

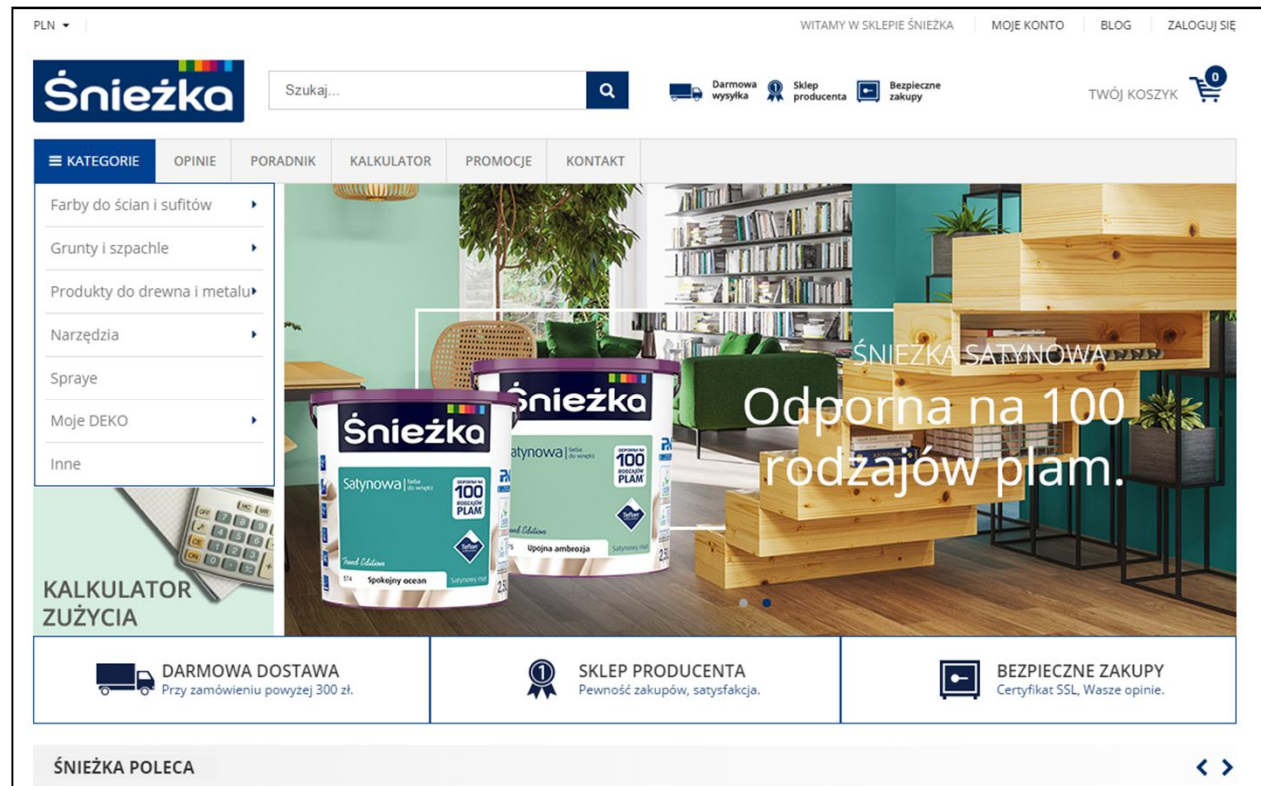
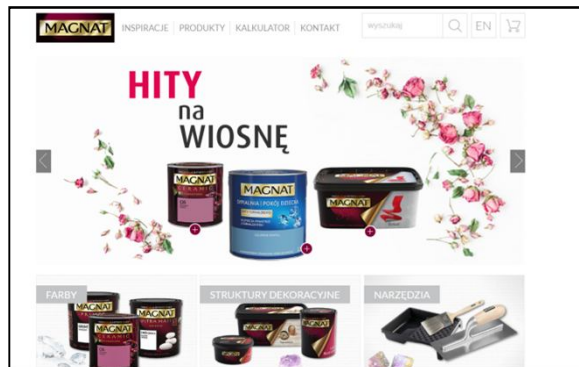
MAGNAT
SYPIALNIA | POKÓJ DZIECKA
ANTY FORMALDEHYD
FORMULA
OCZYSZCZA POWIETRZE
Z FORMALDEHYDU
CEJLOŃSKI SZAFIR[®]
PŁAMOODPORNA CERAMICZNA FARBA DO WNĘTRZ 2,5l
www.magnatfarby.pl

Reklama telewizyjna oraz aktywności w Internecie, m.in. kampania banerowa i kontekstowa na witrynach tematycznych, najbardziej poczytnych portalach informacyjnych czy też prestiżowych kanałach VOD. Działania w prasie obejmą miesięczniki wnętrzarskie, tytuły lifestylowe oraz media parentingowe. Uzupełnieniem będzie ekspozycja materiałów POS w punktach sprzedaży.





E-sklepy: Śnieżka, Magnat i Vidaron









CSR – odpowiedzialność społeczna



Fundacja Śnieżki
Twoja Szansa



**kolorowe
boiska**
...czyli Szkolna Pierwsza Liga



The banner features a collage of images and text. On the left, the Fundacja Śnieżki logo is accompanied by the text "przeznacz 1% dla Fundacji Śnieżki" and the website "www.twojaszansa.org.pl". The central part shows a young boy with a soccer ball, with the "kolorowe boiska" logo and the text "...czyli Szkolna Pierwsza Liga". Below this is a navigation menu with buttons for "Konkurs", "Nagrody", "Zwycięzcy", "Ranking szkół", and "Kontakt". A large blue banner reads "NAGRODA GŁÓWNA – WIELOFUNKCYJNA". At the bottom, there are buttons for "ZWYCIĘZCA", "ZNAJDŹ SZKOLĘ", and "NAGRODZONE SZKOLY". On the right, a whiteboard displays the "Śnieżka" logo and the text "WNETRZA ODMALOWANO DZIEKI FFIŁ ŚNIEŻKA SA W RAMACH PROGRAMU SPOŁECZNEGO „Dziecięcy świat w kolorach”".



Fundacja Śnieżki
Twoja Szansa



Marzę o zostaniu informatykiem,
naukowcem, inżynierem...



Program Pomocy
Stypendialnej

www.twojaszansa.org.pl



przeznacz **1%**
dla dzieci

Nr KRS: 0000231088



CSR – odpowiedzialność społeczna





CSR – odpowiedzialność społeczna



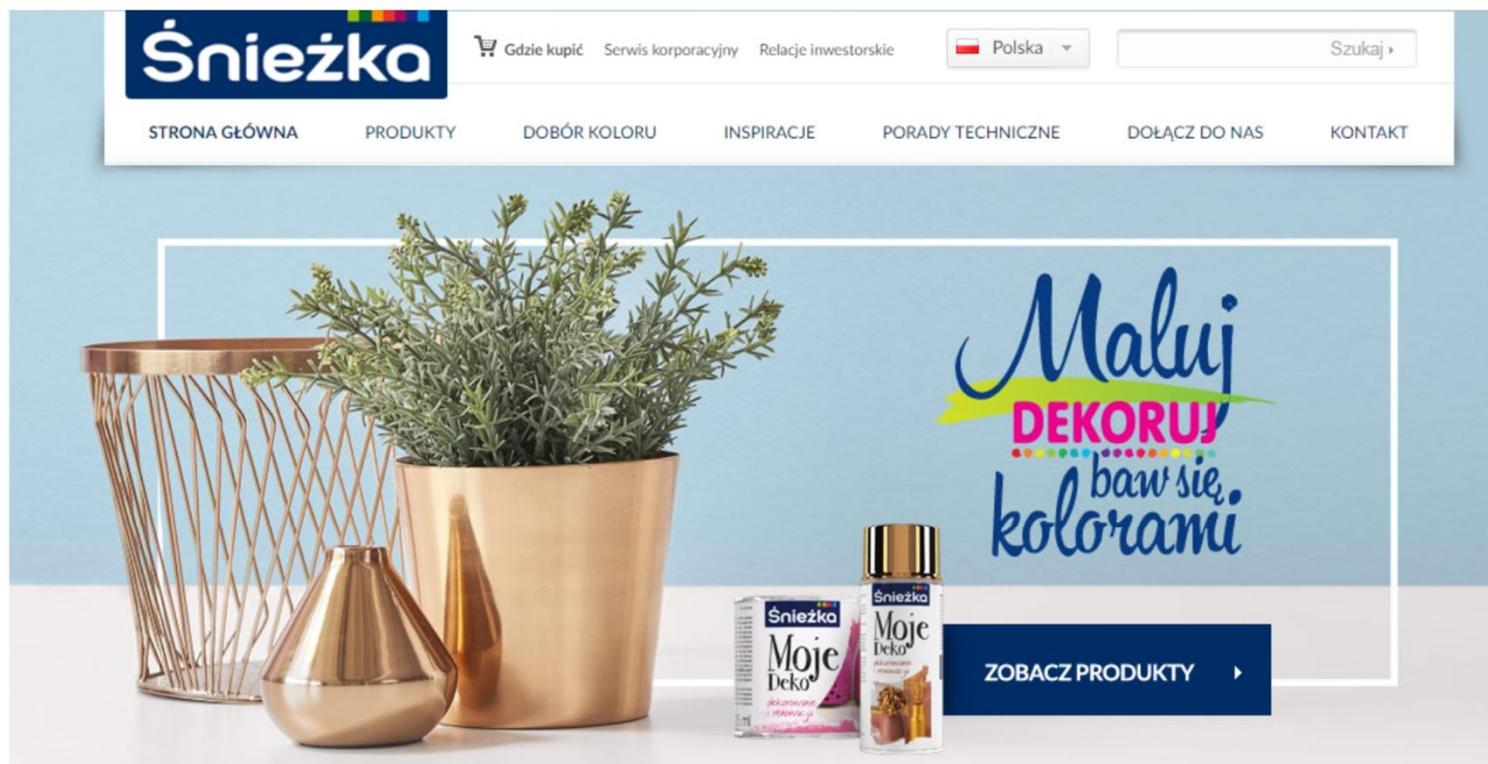
kolorowe boiska

...czyli Szkolna Pierwsza Liga





Media społecznościowe



OD KWIETNIA 2017 RÓWNIEŻ NA:



