



Prezentacja wyników za 2012 rok

Warszawa, 28 lutego 2013 r.



Agenda

- Wyniki finansowe
- Grupa Kapitałowa
- Rynek polski
- Rynki zagraniczne
- Informacje korporacyjne



Wyniki skonsolidowane

w mln PLN	2012 rok	2011 rok	dynamika
przychody	576,3	550,6	104,7%
EBIT	56,3	40,8	138,0%
marża EBIT	9,8%	7,4%	
EBITDA	72,8	57,1	127,5%
marża EBITDA	12,6%	10,4%	
zysk netto	46,8	18,4	254,3%

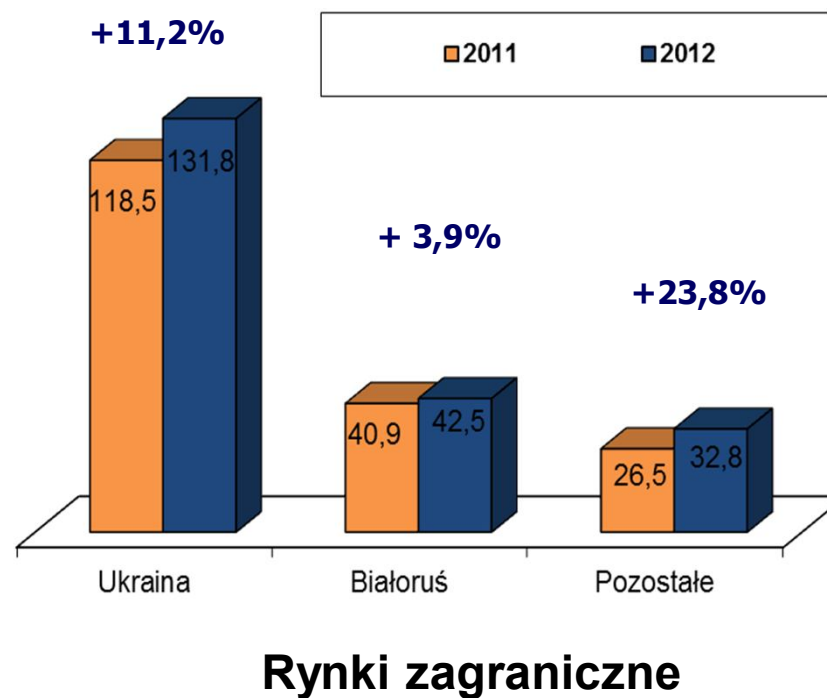
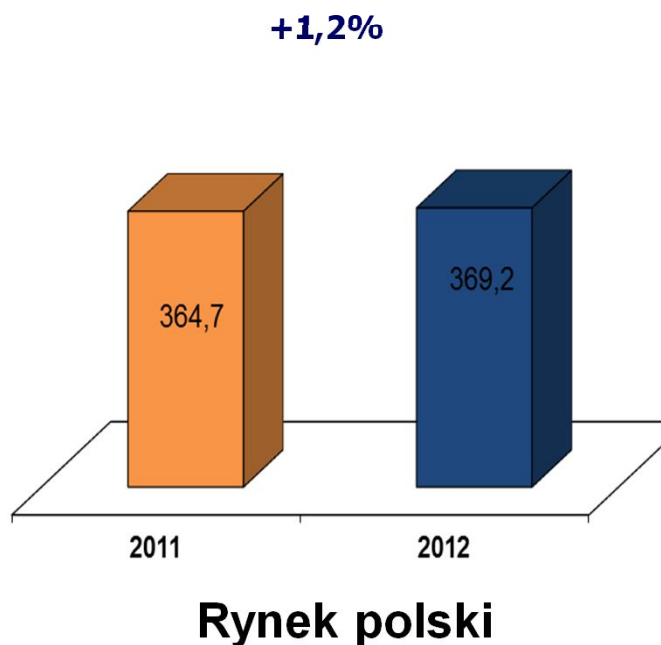
Grupa Kapitałowa



Grupa Kapitałowa

Segmenty geograficzne sprzedaży Grupy Kapitałowej

Dane w mln zł



Kierunki eksportu



Rynek farb i lakierów w Polsce

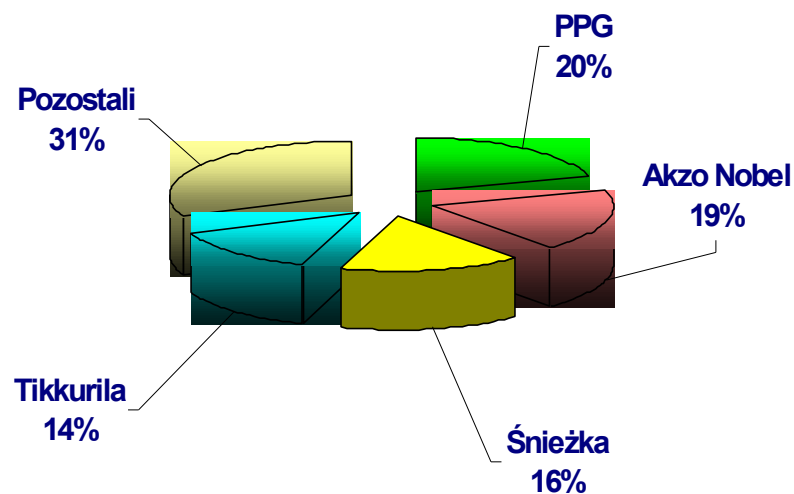
Do głównych konkurentów **Śnieżki** w Polsce należą:

Akzo Nobel (marki Nobiles, Sadolin, Dulux, Hammerite)

PPG (marki Dekoral, Dekoral Professional, Domalux, Drewnochron, Cieszyńska),

Tikkurila (marki Tikkurila, Beckers, Polifarb Dębica oraz Jedynka).

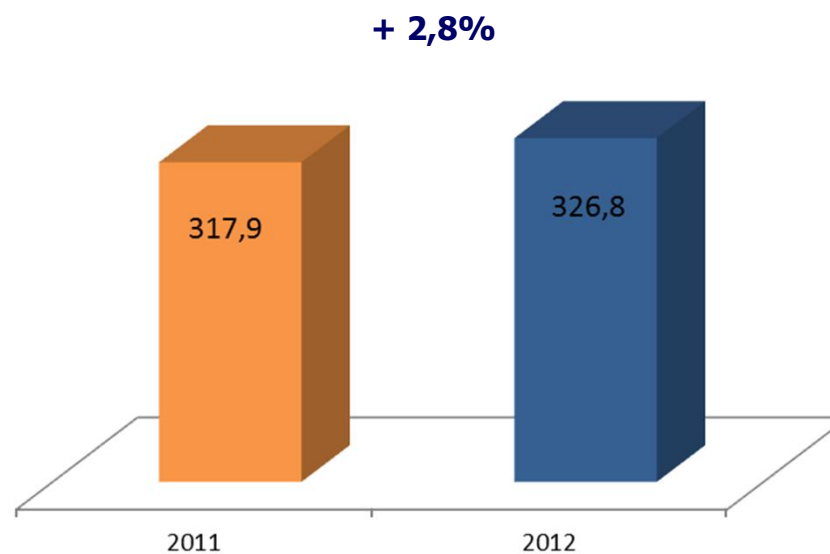
Szacunkowy udział sprzedaży w rynku polskim



Rynek ukraiński

- wielkość rynku ukraińskiego w 2012 roku to 327,6 tys. ton,
- udział Śnieżki w ukraińskim rynku farb i lakierów wynosi około 24%, w segmencie emulsji około 30%

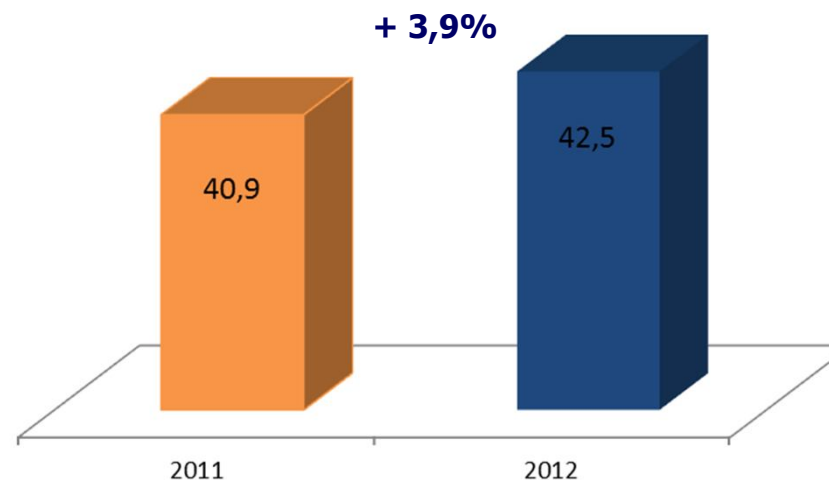
Sprzedaż na rynku ukraińskim w mln UAH



Rynek białoruski

- **Śnieżka BELPOL** – spółka produkująca szpachle i impregnaty, rozpoczęła produkcję białych farb emulsyjnych w 2011 roku
- zwiększenie mocy produkcyjnych w zakresie produkcji szpachli,
 - średnie zużycie farb na 1 mieszkańca wynosi 5 litrów,
 - głęboki kryzys walutowy w 2011 roku, stabilizacja waluty w 2012 roku,
 - udział Śnieżki w rynku białoruskim szacowany jest na 15%.

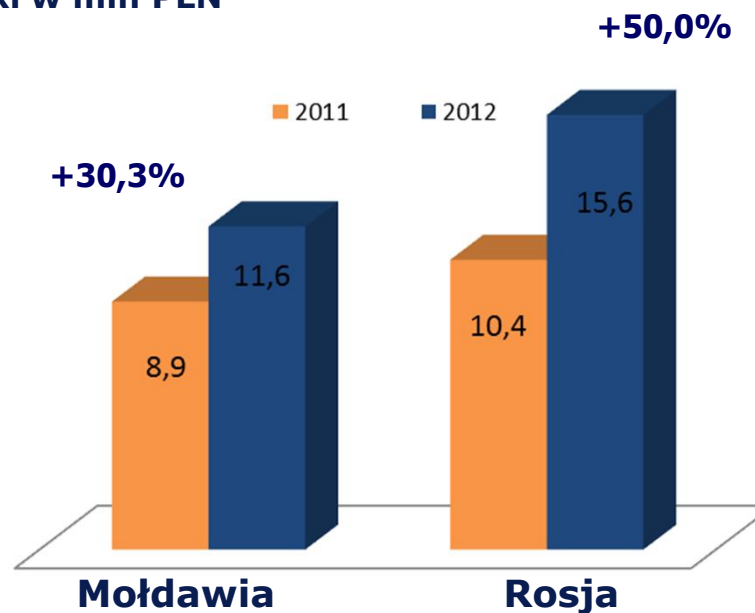
Sprzedaż na rynku białoruskim w mln PLN



Rynek rosyjski i mołdawski

- rynki tradycyjnie „przywiązane” do dolara
- wielkość rynku rosyjskiego w 2012 roku to 1341 tys. ton, ilościowy wzrost rynku w 2012 roku wyniósł 5%
- średnie zużycie farb na 1 mieszkańca w Rosji wynosi 7 litrów, w Mołdawii 5 litrów

Eksport Śnieżki w mln PLN



Nasze marki



Strategia multibrandingu

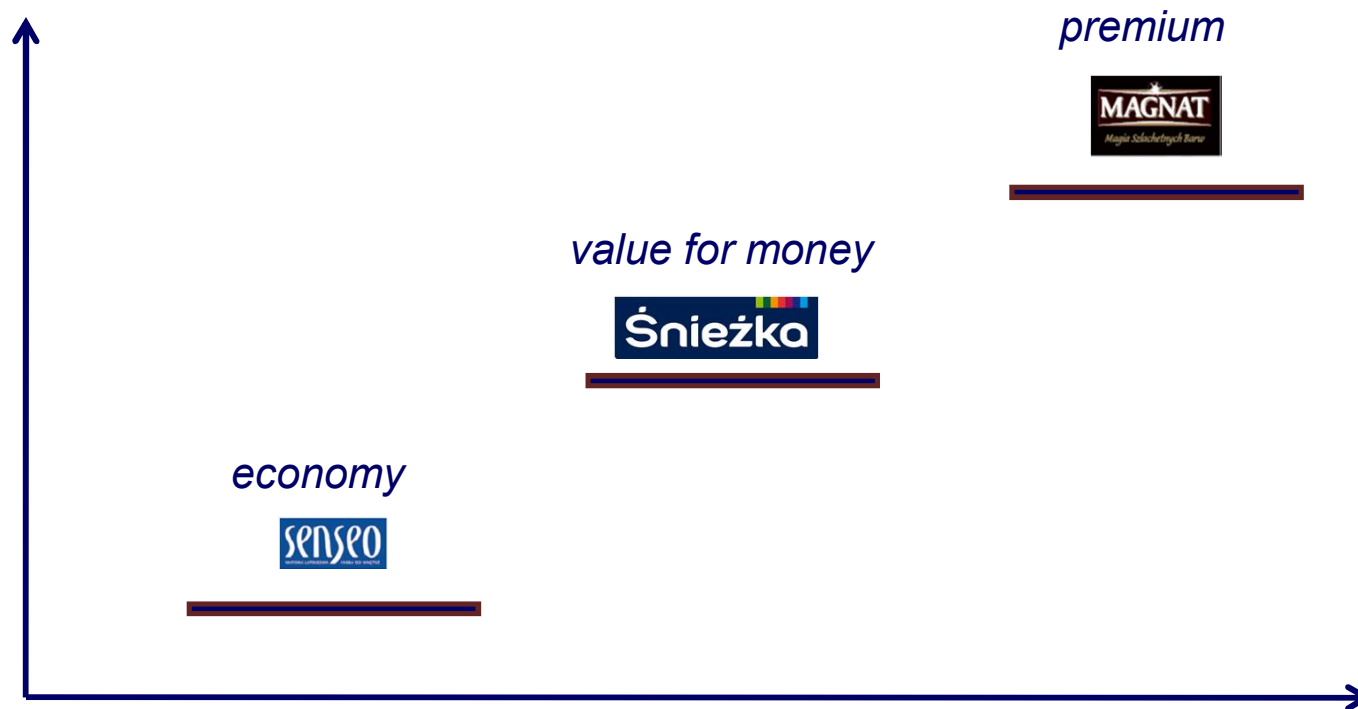


Szersza oferta – szersze możliwości

Marki dedykowane do różnych odbiorców



Szersza oferta – szersze możliwości



Kampania reklamowa Śnieżka Satynowa



The advertisement features a grid of six diverse people's faces, each set against a different vibrant background color (green, orange, purple, blue, etc.). To the right, a bucket of Śnieżka Satynowa paint is shown, with a DuPont Teflon surface protector logo overlaid on it. The text 'Nowe oblicze koloru' is prominently displayed in the center, and the website 'www.sniezka.pl' is at the bottom. The Śnieżka logo is repeated in the top right corner of the ad.

Nowe oblicze koloru

www.sniezka.pl

Śnieżka

Satynowa

5x

DuPont™
Teflon®
surface protector

Teflon® is registered trademark of DuPont used under license by FFI, Śnieżka SA.

Kampania reklamowa Acryl-Putz



sześćcian

prostokąt

prostokąt

gładkość

...i każda ściana to gładka ściana!
Acryl-Putz marki Śnieżka to prosty sposób na idealnie gładkie ściany. To nowoczesne rozwiązania, komfort pracy i zadowolenie klienta.

Śnieżka
ACRYL-PUTZ®
- START -
2w1
masa szpachlowa
MASA SZPACHLOWA ŚNIEŻNOKAL
Śnieżka
ACRYL-PUTZ®
- START -
2w1
masa szpachlowa
MASA SZPACHLOWA ŚNIEŻNOKAL

Kampania reklamowa Vidaron



Inwestycje w sieć detaliczną w Polsce

- wzrost nakładów w 2012 roku, planowana kontynuacja w 2013 roku
- budowa „alei produktów” Śnieżki, Magnat, Vidaron,



Lider nowych technologii

- wdrażanie wyrobów nowej generacji
- wyznaczanie nowej ścieżki rozwoju i podnoszenie standardów panujących na rynku
- inwestowanie w nowatorskie rozwiązania



Superbrands

- Tytuł „Superbrands 2013” w kategorii remont i dekoracja wnętrz
- Siła wizerunkowego oddziaływania na rynku
- Tytuł stanowi uznanie dla działań marketingowych prowadzonych dla marki i odzwierciedla jej pozytywny odbiór oraz znajomość w oczach konsumentów



Wybór Roku - Ukraina

- Wyróżnienie przyznane już po raz siódmy w przeprowadzonym na Ukrainie Międzynarodowym Konkursie „Wybór Roku”
- Nagroda jest potwierdzeniem wysokiej jakości rozwiązań Śnieżki
- Marka Śnieżka Ukraina nie miała sobie
- równych w odślonie konkursu '2012 i już po raz siódmy zwyciężyła w kategorii „Producent roku w produkcji farb i lakierów”.

Rankingi

- **Ranking Najcenniejszych Polskich Marek**

W roku 2012 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA podobnie jak w poprzednich latach znalazła się w Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek, prezentującym biznesową siłę najdroższych, najsilniejszych i najbardziej znanych polskich brandów.

Plasując się na 124 pozycji rankingu, Śnieżka odnotowała awans o 8 pozycji w porównaniu do ubiegłorocznego zestawienia.

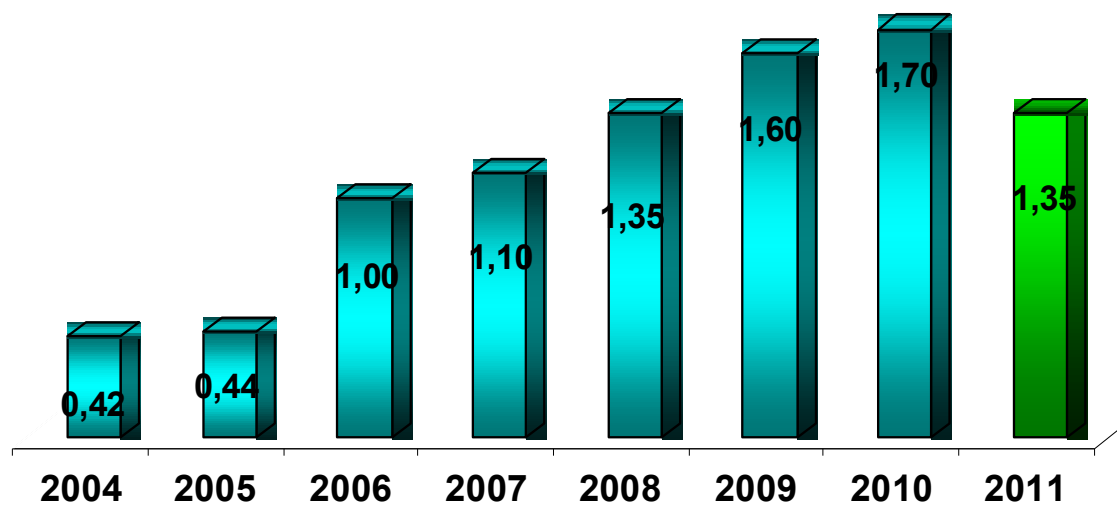
- **Lista 2000**

Obecność FFiL Śnieżka S.A. w kolejnej edycji prestiżowego rankingu „Liście 2000” stanowi potwierdzenie wysokiej pozycji firmy na polskim rynku oraz potwierdza wizerunek Śnieżki jako firmy wiarygodnej i stabilnej. Mimo trudnych czasów dla branży budowlanej, [FFiL Śnieżka SA](#) uplasowała się na 551. pozycji.

Polityka dywidendy

- założenia dotyczące podziału zysku - wypłata dywidendy w przedziale 25% - 50% osiągniętego zysku
- wypłaty dywidendy z zysku za 2011 rok w wysokości 1,35 zł na 1 akcję
- Śnieżka wchodzi w skład indeksu spółek dywidendowych WIGdiv

Dywidenda na 1 akcję w zł



Skup akcji własnych

- w wyniku wezwania w maju 2012 roku spółka zakupiła 932 898 akcji tj. po cenie 31,00 zł za jedną akcję, tj. 6,9% kapitału
- akcje zostaną umorzone na najbliższym ZWZA



Dziękujemy za uwagę!

Warszawa, 28 lutego 2013 r.

