



Raport Roczny 2012 Annual Report

 **Śniezka**



Spis treści

Content

Zarząd oraz Rada Nadzorcza	4
Management Board and Supervisory Board	
List Prezesa Zarządu	6
Letter of the President of the Management Board	
Informacje o firmie	8
Information about Company	
Spółki należące do Grupy Kapitałowej i powiązane	10
Cooperation with related parties and members of the Capital Group	
Dane finansowe Grupy Kapitałowej Śnieżka	12
Financial Data Capital Group Śnieżka	
Przychody ze sprzedaży oraz osiągnięte zyski	14
Sales revenues and profits	
Finanse	16
Finance	
Strategiczne cele Grupy Kapitałowej	20
The strategic objectives of the Capital Group	
Sytuacja makroekonomiczna	22
Macroeconomic situation	
Sytuacja w sektorze farb i lakierów	24
Situation in the sector of paints and varnishes	
Rozwój oferty rynkowej - produkty, towary, usługi	26
The development of the market offer – core products, goods and services	
Działania marketingowe w 2012 roku	28
Marketing activities in 2012	
Rynki zbytu	30
Target markets	
Źródła zaopatrzenia	34
Sources of supply	
Polityka personalna	36
Employment	
Badania i rozwój	38
Research and development	
Ochrona środowiska	40
Environmental issues	
Społeczna Odpowiedzialność Biznesu	42
Corporate Social Responsibility	
Wykaz ważniejszych nagród i wyróżnień uzyskanych przez Śnieżkę w 2012 roku	52
Major awards and distinctions granted to Śnieżka in 2012	
Oświadczenie spółki dominującej o stosowaniu ładu korporacyjnego	56
Declaration of the Parent Company on applying corporate governance standards	
Podstawowe ryzyka	62
Risk and threat factors	
Relacje inwestorskie	70
Investor relations	
Sprawozdania finansowe skonsolidowane za rok zakończony dnia 31 grudnia 2012 roku	74
Consolidated Financial Statements for the year ended 31 December 2012	

Zarząd Management Board



Piotr Mikrut
Prezes Zarządu
President of the Management Board



Witold Waśko
Wiceprezes Zarządu
Vice-president of the Management Board



Joanna Wróbel-Lipa
Wiceprezes Zarządu
Vice-president of the Management Board

Rada Nadzorcza Supervisory Board

Stanisław Mikrut

Przewodniczący Rady Nadzorczej
Chairman of the Supervisory Board

Jerzy Pater

Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Vice-Chairman of the Supervisory Board

Stanisław Cymbor

Sekretarz Rady Nadzorczej
Secretary of the Supervisory Board

Anna Pater

Członek Rady Nadzorczej
Member of the Supervisory Board

Dariusz Orłowski

Członek Rady Nadzorczej
Member of the Supervisory Board

Zbigniew Łapiński

Członek Rady Nadzorczej
Member of the Supervisory Board



List Prezesa Zarządu Letter of the President of the Management Board



Szanowni Państwo,

przekazuję w Państwa ręce Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Śnieżka SA. Opublikowane dane mają na celu przedstawienie informacji istotnych dla oceny sytuacji finansowej i majątkowej Grupy Śnieżka oraz zaprezentowanie dotychczasowych dokonań i perspektyw dalszego rozwoju.

Za nami rok wyjątkowej pracy, rok systematycznego budowania pozycji Grupy Śnieżka na rynku i jednocześnie rok znacznych zmian w rynku chemii budowlanej. Pomimo nie zawsze sprzyjających warunków był to dla nas czas znaczących sukcesów biznesowych i finansowych.

Wzmacnianie pozycji rynkowej było możliwe poprzez stały rozwój oferty asortymen-

towej, która wzbogacona została w ubiegłym roku o nowe produkty, spełniające oczekiwania najbardziej wymagających klientów i będące odpowiedzią na dynamicznie zmieniające się potrzeby rynku. Przeprowadzona w roku 2012 implementacja nowego systemu identyfikacji wizualnej marki „Śnieżka”, w tym wprowadzenie nowego logotypu, była istotnym elementem działań podkreślających nowoczesność, innowacyjność, wysoką jakość, zaufanie i przyjazne nastawienie do klientów – wartości istotne w naszej codziennej działalności. Nowy logotyp ma za zadanie budowanie spójnej architektury produktowej pod wyrazistym znakiem marki Śnieżka. W związku z tym, w marcu 2012 roku na sklepowych półkach pojawiły się pierwsze produkty w nowych opakowaniach, w tym debiutująca na rynku Śnieżka Satynowa – nowa gama farb satynowych w gotowych kolorach.

Dear Ladies and Gentlemen,

I am providing you with the management report of the Śnieżka SA Capital Group. The data published presents information significant to evaluate the financial and economic situation of the Śnieżka Group as well as present our achievements to date and prospects of further growth.

Last year was a time of intensive work, systematic building of the market position of the Śnieżka Group as well as significant changes on the market of construction chemicals. Although conditions were not always favourable, this was a time of considerable business and financial success for us.

We strengthened our market position by constantly developing our product offer, which last year was enriched with new

products meeting the needs of the most demanding customers and responding to dynamically changing market requirements. The implementation of a new visual branding system of the „Śnieżka” brand in 2012, including the introduction of a new logotype, proved an important element of activities emphasising modernity, innovativeness, high quality, trust and a friendly approach to customers, which are essential values in our day-to-day activities. The aim of the new logotype is to build a coherent product architecture under a distinctive mark of the Śnieżka brand. As a result, in March 2012 first products in new packaging were released on the market, including Śnieżka Satynowa, a new range of ready-to-use colourful satin paints, which debuted on the market.

The visual branding system introduced communicates a new brand quality and

more effectively reflects the Company's values: modernity, innovativeness, reliability, closeness. At the same time the new identity of the Company, both in corporate and product terms, does not cut itself off from the „roots of the brand” and does not forget about Company's history spanning almost 30 years.

In spite of a difficult macroeconomic situation in 2012, the Capital Group improved its profitability as a result of activities aimed at increasing the gross margin. Higher operating effectiveness achieved by the Śnieżka Capital Group was one of main factors that helped our Capital Group strengthen its position both on the Polish market and on other markets of Central and Eastern Europe, i.e. Ukraine, Belarus, Russia and Moldova. This was reflected in growth on all the markets on which we are present, including: in Poland – by 1.2%, in Ukraine – by

Wprowadzony system identyfikacji wizualnej komunikuje nową jakość marki i lepiej oddaje wyznawane przez Spółkę wartości: nowoczesność, innowacyjność, niezawodność, bliskość. Jednocześnie nowy wizerunek Firmy, zarówno korporacyjny, jak i produktowy, nie odcina się od „korzeni marki” i nie zapomina o blisko 30-letniej historii Spółki.

Osiągnięta pomimo trudnej sytuacji makroekonomicznej w roku 2012 poprawa rentowności Grupy Kapitałowej była rezultatem działań ukierunkowanych na zwiększenie marży brutto. Wyższa efektywność działalności osiągnięta przez Grupę Śnieżka była jednym z głównych czynników prowadzących do wzmocnienia pozycji naszej Grupy Kapitałowej, zarówno na rynku polskim, jak i na innych rynkach Europy Środkowo-Wschodniej – na Ukrainie, Białorusi, w Rosji i Mołdawii. Znalazło to odzwierciedlenie we wzrostach na wszystkich rynkach, na których jesteśmy obecni, m.in.: w Polsce – o 1,2%, na Ukrainie - o 11,2% i Białorusi - o 3,9%. Znacząco, bo o prawie jedną trzecią, zwiększył się także nasz eksport do Mołdawii (30,3%), a o połowę wzrosła wartość sprzedaży eksportowej do

Rosji. W 2012 roku nasze produkty pojawiły się także na nowych rynkach zagranicznych, m.in. w Gruzji, Armenii i Kirgistanie. Wskazane działania przełożyły się na osiągnięte w roku 2012 rezultaty działalności operacyjnej i finansowej. Sprzedaż ukształtowała się na poziomie 576,5 mln zł, co oznacza dynamikę rzędu 104,7% w porównaniu do 2011 roku. Zysk operacyjny Grupy Kapitałowej osiągnął wartość 56,5 mln zł (wzrost o 38% w stosunku do 2011 roku), a zysk netto wyniósł 47,5 mln zł (wzrost o 159%).

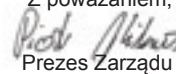
Osiągnięte bardzo dobre wyniki finansowe były dla Zarządu podstawą do zadeklarowania najwyższej w historii Spółki dywidendy – 2 zł na akcję.

Nasze działania realizujemy zgodnie z zasadami odpowiedzialnego biznesu, które konsekwentnie wdrażamy w Spółce, jak i całej Grupie Kapitałowej. Wszystkie nasze przedsięwzięcia biznesowe chcemy realizować w sposób zrównoważony, z korzyścią dla otoczenia społecznego, a także środowiska naturalnego. Dlatego w roku ubiegłym kontynuowaliśmy rozpoczęte kilka lat temu programy społeczne: „Kolorowe Boiska”

oraz „Dziecięcy Świat w Kolorach”. Od 8 lat z sukcesem prowadzimy także Fundację Śnieżki „Twoja Szansa”.

Niniejszym pragniemy podziękować za zaufanie, którym nas Państwo obdarzają. Zarząd FFIL Śnieżka SA dołoży wszelkich starań, aby również w kolejnym roku zapewnić stabilny wzrost wartości Grupy Kapitałowej poprzez wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań, wzrost efektywności oraz zwiększanie skali działania, przy zachowaniu dywersyfikacji. Zapewniam, że będziemy dążyli do dalszego zwiększania wartości Śnieżki dla naszych Akcjonariuszy.

Wierzmy, że bazując na silnych fundamentach, doświadczeniu, zaangażowaniu naszych pracowników oraz utrzymaniu partnerskich relacji z naszymi interesariuszami, rok 2013 będzie kolejnym rokiem dynamicznego rozwoju Grupy Kapitałowej Śnieżka SA.

Z poważaniem,

 Prezes Zarządu
 Piotr Mikrut

11.2% and in Belarus – by 3.9%. Significant growth, as by almost one third, was also observed in our export to Moldova (30.3%) while export to Russia grew by half in value terms. In 2012 our products were also released on new foreign markets, including Georgia, Armenia and Kyrgyzstan.

These activities contributed to the operating and financial results recorded in 2012. Sales amounted to PLN 576.5 million, which gives dynamics of 104.7% in comparison with 2011. The operating profit of the Capital Group amounted to PLN 56.5 million (a 38% increase in comparison with 2011) while the net profit totalled at PLN 47.5 million (a 159% increase).

Thanks to such strong financial results, the Management Board recommended the highest dividend in the history of the Company, i.e. PLN 2 per share.

We carry out our activities in compliance with the principles of responsible business, which are consistently implemented at the Company and in the entire Capital Group. We are committed to perform all our business undertakings in a sustainable manner, with benefits for the social environment, including the natural one. Therefore, last year we continued socially-oriented programmes started several years ago, such as „Colourful Fields” and „Children’s World in Colour”. Moreover, we have been successfully running the „Your Opportunity” Śnieżka Foundation for 8 years.

We wish to thank you for the trust your have placed in us. The Management Board of FFIL Śnieżka SA will make every effort to ensure stable growth of the goodwill of the Capital Group also next year by implementing innovative solutions, improving effectiveness and increasing the scale of opera-

tion while continuing diversification efforts. I can assure you that we will be striving to continue increasing the goodwill of Śnieżka for our Shareholders.

We believe that based on strong foundations, experience, commitment of our employees and maintaining partner relations with our Stakeholders, 2013 will be another year of dynamic growth for the Śnieżka SA Capital Group.

Yours faithfully,

 President of the Management Board
 Piotr Mikrut

Informacje o firmie Information about Company

Kapitał zakładowy
Share capital

13 550 676 zł



Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA jest wiodącą spółką w grupie kapitałowej Śnieżka i czołowym producentem farb i lakierów w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. Tak wysoką pozycję Firma osiągnęła w niespełna 30 lat, jej początki sięgają bowiem 1984 roku. Dobra znajomość branży oraz skuteczne

i efektywne zarządzanie Spółką, w krótkim czasie zaowocowały dynamicznym rozwojem i pozwoliły na osiągnięcie obecnej pozycji rynkowej.

Aktualnie Śnieżka jest nie tylko jedyną w branży firmą notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych, ale także jedyną kontrolowaną przez polski kapitał.

Obecnie Śnieżka to nowoczesny zakład zatrudniający ponad 600 osób (ponad 1000 w całej grupie kapitałowej) i wytwarzający rocznie około 90 milionów litrów różnego rodzaju wyrobów chemii budowlanej (ponad 140 milionów litrów w całej Grupie Kapitałowej) na rynek krajowy oraz rynki zagraniczne.

FABRYKA FARB I LAKIERÓW ŚNIEŻKA SA - SPÓŁKA DOMINUJĄCA GRUPY KAPITAŁOWEJ

Siedziba Zarządu Spółki:

39-102 Lubzina 34 a
pow. ropczycko - sędziszowski
woj. podkarpackie
centrala: +48 14 681 11 11
fax: +48 14 682 22 22
www.sniezka.pl

Oddziały:

- | | | |
|-------------------|------------------|---|
| 1. Lubzina 34 a | 39-102 Lubzina | pow. ropczycko-sędziszowski woj. podkarpackie |
| 2. ul. Dębicka 44 | 39-207 Brzeźnica | pow. dębicki woj. podkarpackie |
| 3. Pustków 604 | 39-205 Pustków | pow. dębicki woj. podkarpackie |

Factory of Paints and Varnishes Śnieżka SA is a leading company of Śnieżka capital group and a leading manufacturer of paints and varnishes both in Poland and in Middle-East Europe. The company has achieved such a high position within 30 years and its origins date back to 1984. A good knowledge of the market as well as

effective company management contributed to dynamic development and allowed to achieve the current position on the market. Not only is Śnieżka a unique company in the field on the stock exchange but also an exclusive company controlled by a Polish capital.

Currently Śnieżka is a modern plant em-

ploying over 600 people (over 1000 people in the whole capital group), and produces annually about 90 million litres (over 140 million litres in the Capital Group) of various kinds of construction chemicals for the domestic market and foreign markets.

FABRYKA FARB I LAKIERÓW ŚNIEŻKA SA - THE PARENT COMPANY OF THE CAPITAL GROUP

Office of the Company's

Management Board:

39-102 Lubzina 34 a
Ropczycko-Sędziszowski Powiat
Podkarpackie Voivodship
exchange: 14 681 11 11
fax no. 14 682 22 22
www.sniezka.pl

Branches:

- | | | |
|-------------------|------------------|---|
| 1. Lubzina 34 a | 39-102 Lubzina | Ropczycko-Sędziszowski Powiat Podkarpackie Voivodship |
| 2. ul. Dębicka 44 | 39-207 Brzeźnica | Dębicki Powiat Podkarpackie Voivodship |
| 3. Pustków 604 | 39-205 Pustków | Dębicki Powiat Podkarpackie Voivodship |

REJESTRACJA SPÓŁKI

Spółka działa na podstawie Statutu ustanowionego przez Zgromadzenie Akcjonariuszy sporządzonego w formie Aktu Notarialnego Repertorium A nr 121/98 r. uzupełniony Aktem Nr 754/98 z dnia 16.02.1998. Wpis do rejestru handlowego dokonany został przez Sąd Rejonowy w Rzeszowie Wydział V Gospodarczy, dnia 17.02.1998 pod poz. RHB - Dział B nr 1818, natomiast wpis Spółki do KRS pod numerem 0000060537 został dokonany w dniu 12.11.2001 r. w Sądzie Rejonowym w Rzeszowie XII Wydziale Gospodarczym

Krajowego Rejestru Sądowego. Spółka została zarejestrowana w GUS i otrzymała nr REGON: 690527477 oraz w ewidencji podatkowej otrzymując nr NIP:818-14-33-438.

PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI

Produkcja farb, lakierów, rozpuszczalników, szpachli, produkcja żywic, produkcja klejów, pośrednictwo handlowe i finansowe, wykonywanie krajowego i międzynarodowego transportu drogowego, spedycja, produkcja materiałów budowlanych,

budownictwo, handel hurtowy i detaliczny, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi, produkcja chemikaliów i wyrobów chemicznych, badania naukowe i prace rozwojowe, wynajem i dzierżawa, itp.

KAPITAŁ ZAKŁADOWY

Na dzień 31 grudnia 2012 roku kapitał zakładowy wynosił 13 550 676 zł i składa się z 13 550 676 akcji o wartości nominalnej 1 zł.



COMPANY'S INCORPORATION

The Company operates on the basis of the Articles of Association adopted by the Meeting of Shareholders and drawn up in the form of a Notarial Deed Repertory A no. 121/98 supplemented with Deed No. 754/98 of 16 February 1998. The Company was entered into the Commercial Register by the District Court in Rzeszów, 5th Commercial Division, on 17 February 1998 under item RHB Section B no. 1818, however, the Company was entered under KRS number 0000060537 on 12 November 2001 at the District Court in Rzeszów, 12th

Commercial Division of the National Court Register. The Company was registered at the Central Statistical Office and it was awarded Business Registry Number (REGON): 690527477 and in the tax register being awarded the Tax Identification Number (NIP): 818-14-33-438.

CORE OPERATIONS OF THE COMPANY

Manufacture of paints, varnishes, solvents, fillers, resins, adhesives, commercial and financial intermediation, provision of domestic and international road transport servi-

ces, freight forwarding, manufacture of construction materials, construction, wholesale and retail sale, excluding sale of motor vehicles, manufacture of chemicals and chemical products, research and development, rental and leasing activities, etc.

SHARE CAPITAL

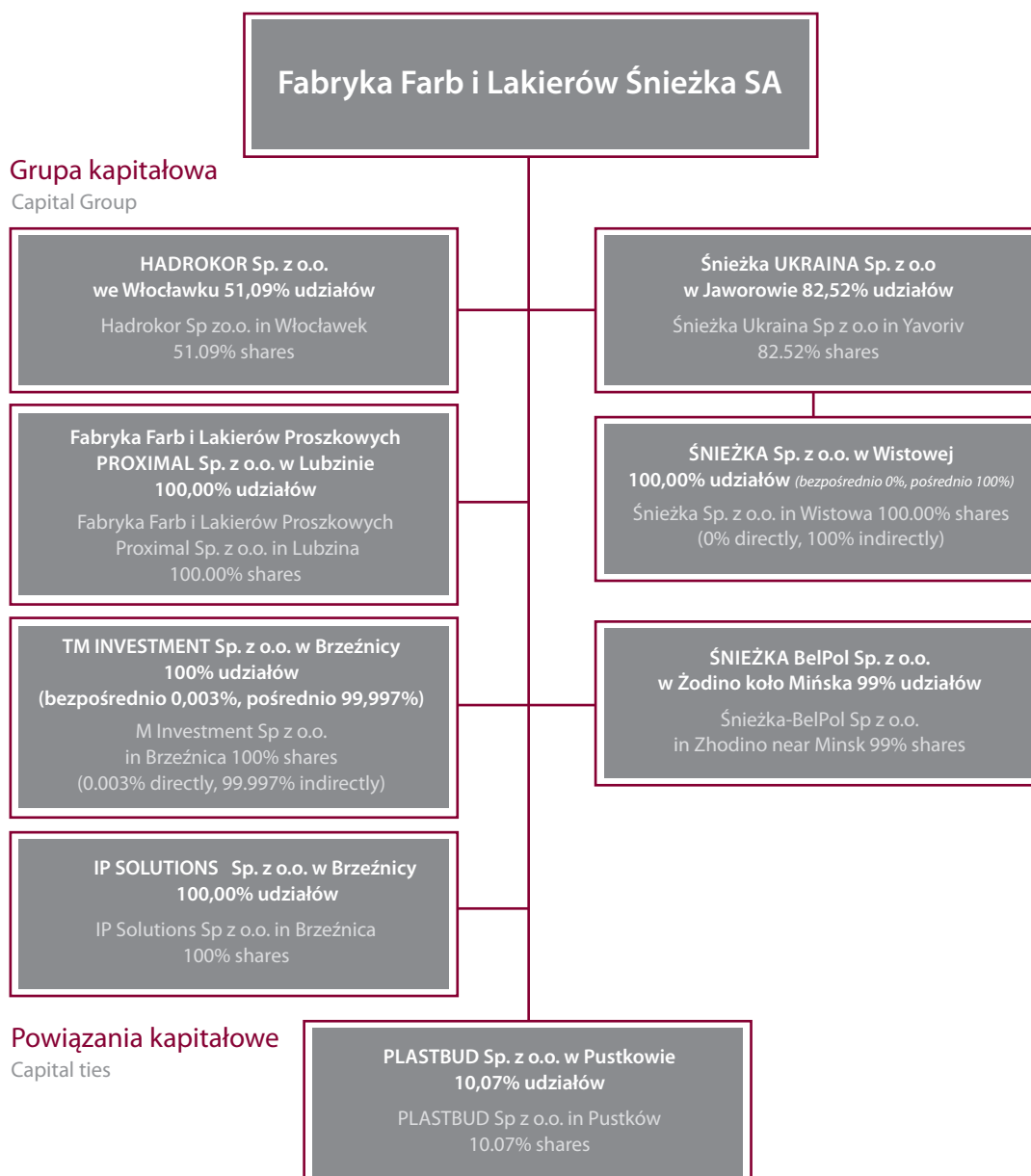
As of 31 December 2012 equity amounted to PLN 13,550,676 comprising 13,550,676 shares with the nominal value of PLN 1.

Spółki należące do Grupy Kapitałowej i powiązane

Cooperation with related parties and members of the Capital Group



STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ NA 31 GRUDNIA 2012 ROKU
THE CAPITAL GROUP'S STRUCTURE AS AT 31 DECEMBER 2012 IS AS FOLLOWS



- **Śnieżka – Ukraina Sp. z o.o.** w Jaworowie jest jednym z producentów farb i szpachli na Ukrainie oraz głównym dystrybutorem produktów FFIL Śnieżka SA. Jej wyroby są sprzedawane pod marką Śnieżka. Dysponuje ona znaczącym potencjałem produkcyjnym oraz własną siecią odbiorców.
- **Śnieżka Sp. z o.o.** w Wistowej - majątek produkcyjny oraz działalność operacyjna Spółki została przeniesiona do Śnieżki – Ukraina Sp. z o.o. w Jaworowie. Spółka jest przygotowywana do rozpoczęcia procesu likwidacji.
- **Hadrokor Sp. z o.o.** we Włocławku zajmuje się produkcją wysokiej jakości wyrobów antykorozyjnych sprzedawanych pod marką własną i marką Śnieżka, uzupełniającą jej ofertę. Dysponuje własnym potencjałem wytwórczym, technologią, kadrą o wysokim stopniu doświadczenia zawodowego oraz własnym rynkiem zbytu.
- **Śnieżka – BelPol Sp. z o.o.** w Żodino koło Mińska jest jednym z producentów szpachli, farb i lakierów na Białorusi. Wyroby jej są sprzedawane pod marką Śnieżka. Dysponuje własną siecią odbiorców hurtowych oraz detalicznych.
- **IP Solutions Sp. z o.o.** w Brzeźnicy – przedmiotem działalności Spółki w 2012 roku było zarządzanie znakami towarowymi. Obecnie Spółka posiada pakiet większościowy udziałów w TM Investment Sp. z o.o.
- **TM Investment Sp. z o.o.** w Brzeźnicy – przedmiotem działalności Spółki jest udzielanie licencji na korzystanie ze znaków towarowych spółkom powiązanim w Grupie Kapitałowej. Spółka zajmuje się także tworzeniem nowych znaków towarowych oraz opracowywaniem strategii rozwoju grup produktowych.
- **Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych Proximal Sp. z o.o.** – Grupa Śnieżka z siedzibą w Lubzinie – prowadzi działalność polegającą na wydierżawianiu powierzchni w należącej do niej nieruchomości; współpraca Proximal Sp. z o.o. ze Spółką dominującą obejmuje wydierżawianie części nieruchomości na jej własne potrzeby.

Współpraca z podmiotami powiązanimi kapitałowo dotyczyła ponadto spółek:

- **Plastbud Sp. z o.o. w Pustkowie** – zajmuje się produkcją past barwiących Colorex oraz kolorantów do systemów kolorowania Śnieżka. Ponadto jest dostawcą niektórych surowców oraz towarów.

- **Śnieżka – Ukraina Sp. z o.o.** in Yavoriv is a producer of paints and compounds in Ukraine and the main distributor of FFIL Śnieżka SA products. Its products are sold under the Śnieżka brand. It has a considerable output potential and its own network of customers.
- **Śnieżka Sp. z o.o.** in Wistowa – the Company's production assets and operating activity have been transferred to Śnieżka Ukraina Sp. z o.o. in Yavoriv. The company is being prepared to start the liquidation process.
- **Hadrokor Sp. z o.o.** in Włocławek is a producer of high quality anti-corrosive products sold under a private brand and the Śnieżka brand, complementing its range of products. It has its own manufacturing capacities, technology, highly experienced staff and its own market.
- **Śnieżka – BelPol Sp. z o.o.** in Zhodino near Minsk is a manufacturer of compounds, paints and varnishes in Belarus. Its products are sold under the Śnieżka brand. It has its own network of wholesale and retail customers.
- **IP Solutions Sp. z o.o.** in Brzeźnica – in 2012, the Company's business consisted in the management of trademarks. Currently the Company holds a majority interest in TM Investment Sp. z o.o.,
- **TM Investment Sp. z o.o.** in Brzeźnica – the Company's business is licensing the use of trademarks to related companies within the Capital Group. The company creates new trademarks and development strategies for groups of products.
- **Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych Proximal Sp. z o.o.** – Grupa Śnieżka, based in Brzeźnica – the company's business involves the lease of real property; the partnership between Proximal Sp. z o.o. and the Parent Company involves the lease of a part of the real property for the Parent Company's needs.

Partnerships with entities related by equity also involved:

- **Plastbud Sp. z o.o.** in Pustków, producing colouring compounds Colorex and colorants for Śnieżka's colouring systems. In addition, it is a supplier of certain raw materials and products.

Dane finansowe Grupy Kapitałowej Śnieżka

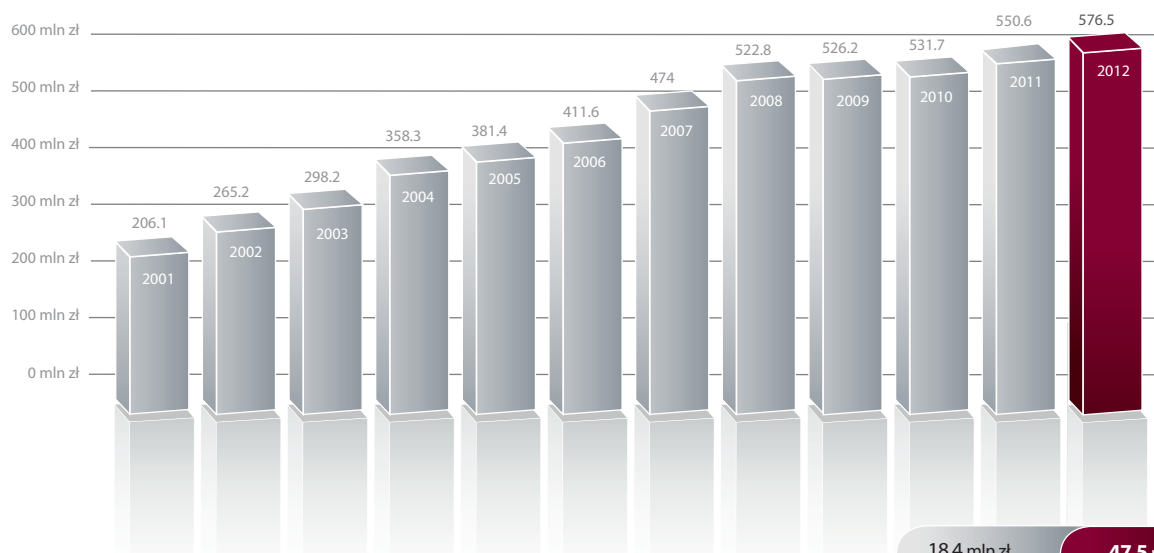
Financial Data Capital Group Śnieżka



SKONSOLIDOWANE PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY NETTO W LATACH 2001-2012 (MLN ZŁ)
NET REVENUES FROM SALES BETWEEN 2001 AND 2012 (IN MILLIONS OF PLN)

550.6 mln zł
millions PLN
w roku/in year
2011

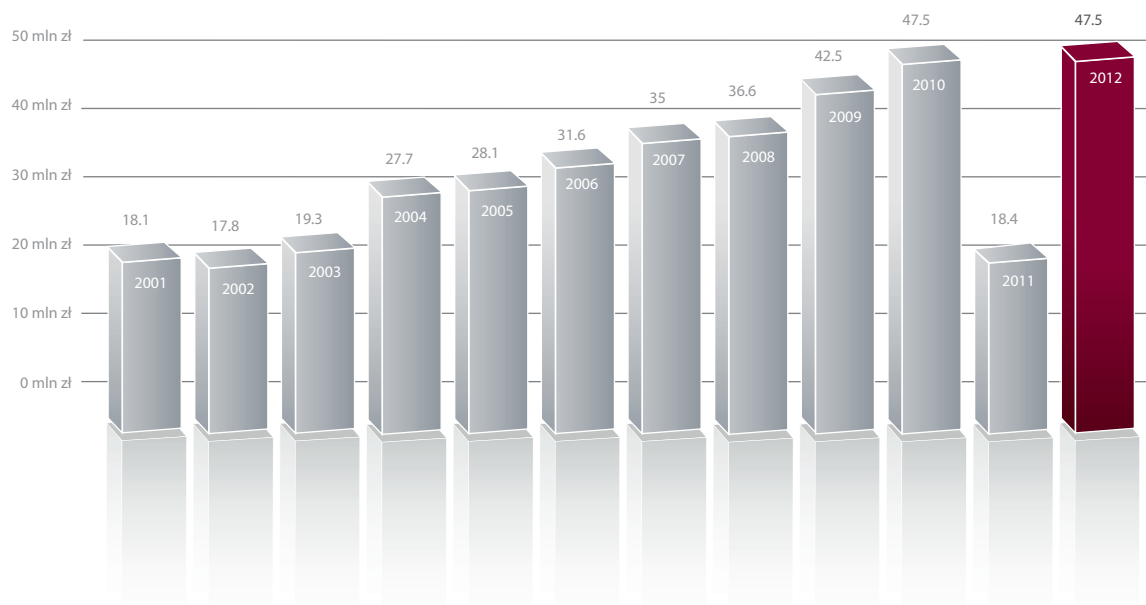
576.5 mln zł
millions PLN
w roku/in year
2012



SKONSOLIDOWANY ZYSK NETTO W LATACH 2001-2012 (MLN ZŁ)
NET PROFIT BETWEEN 2001 AND 2012 (MILLIONS OF PLN)

18.4 mln zł
millions PLN
w roku/in year
2011

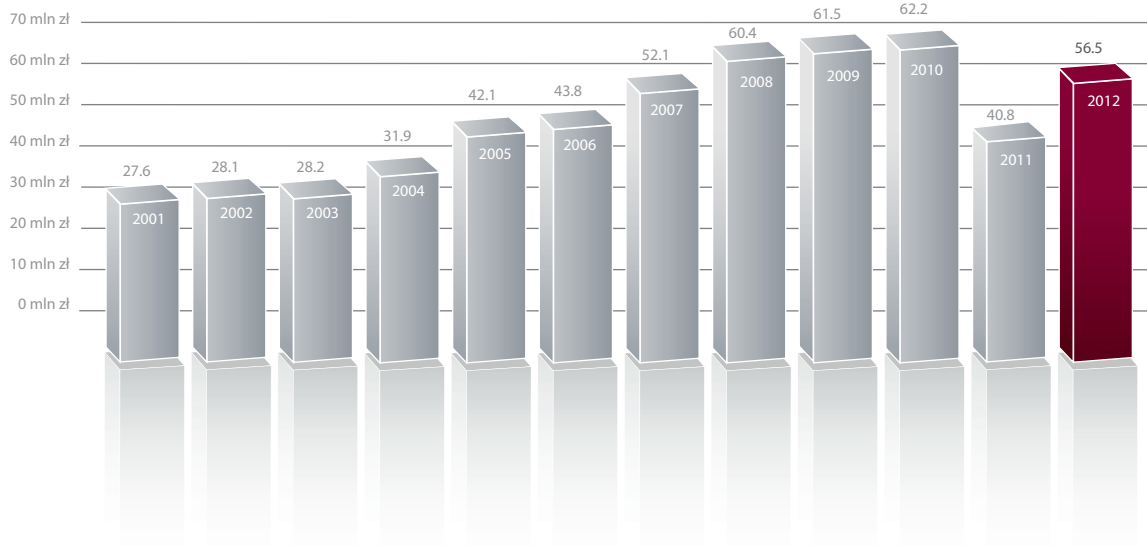
47.5 mln zł
millions PLN
w roku/in year
2012



SKONSOLIDOWANY ZYSK OPERACYJNY W LATACH 2001-2012 (MLN ZŁ)
 OPERATING PROFIT BETWEEN 2001 AND 2012 (MILLIONS OF PLN)

40.8 mln zł
 millions PLN
 w roku/in year
 2011

56.5 mln zł
 millions PLN
 w roku/in year
 2012



Przychody ze sprzedaży oraz osiągnięte zyski

Sales revenues and profits

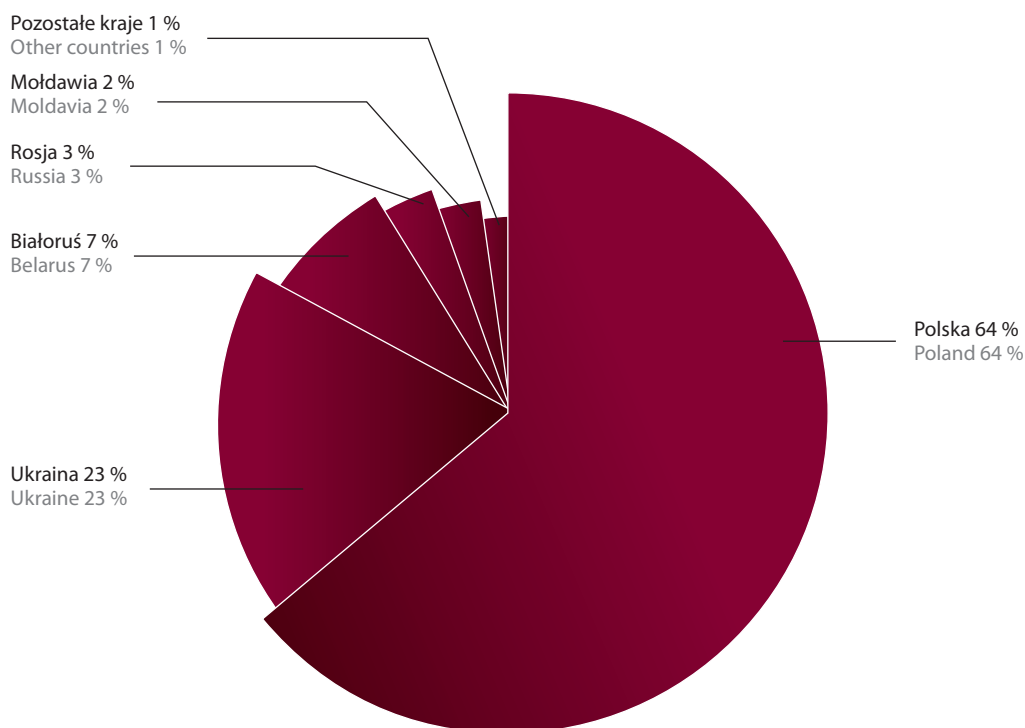


Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej w 2012 roku wyniosły 576,5 mln zł, co oznacza wzrost o 25,9 mln zł w porównaniu z rokiem poprzednim. Na ten wynik składają się przede wszystkim przychody ze sprzedaży produktów. Ich udział w struk-

turze przychodów osiągnął w 2012 roku 89,5% i w rezultacie dynamika wzrostu sprzedaży produktów wyniosła 112%, co oznacza wzrost o 55,8 mln zł w porównaniu do 2011 roku. Pozostała część przychodów (10%) pochodzi ze sprzedaży towarów,

materiałów i usług. Analiza sprzedaży według kategorii przychodu wskazuje, iż 74% w całości przychodów stanowią wyroby dekoracyjne, a drugą znaczącą grupą jest chemia budowlana o 14% udziale.

STRUKTURA SPRZEDAŻY W GRUPIE WEDŁUG KRAJÓW W 2012 ROKU
SALES STRUCTURE IN THE GROUP BY COUNTRIES IN 2012



In 2012 the sales revenues of the Capital Group amounted to PLN 576.5 million, which means an increase by PLN 25.9 million on the previous year. This result comprises mainly revenues from the sales of products. In 2012 their share in the struc-

ture of revenues reached 89.5% and as a result the dynamics of the increase of sales of products reached 112%, which means an increase by PLN 55.8 million in comparison with 2011. The other part of revenues (10%) is generated by sales of goods, ma-

terials and services. An analysis of sales by categories shows that decorative goods account for 74% of total revenues while construction chemicals are the second biggest group with a 14% share.

W strukturze sprzedaży Grupy Kapitałowej według krajów, dominującym rynkiem jest rynek polski z 64% udziałem, rynek ukraiński stanowi 23%, białoruski 7%, a pozostałe rynki 6%.

Korzystniejszy o 1,9 mln zł wynik na działalności operacyjnej sprawił, iż zysk operacyjny Grupy Kapitałowej w 2012 roku ukształtował się na poziomie 56,5mln zł, wobec 40,8 mln zł w roku 2011, co oznacza wzrost o 15,7 mln zł do 2011 roku. Saldo na operacjach finansowych w 2012 roku było ujemne i zmniejszyło wynik operacyjny

o 2,5 mln zł, podczas gdy rok wcześniej saldo to wynosiło minus 18,7 mln zł. Przychody finansowe wzrosły o 1 mln zł z powodu uzyskanego dodatniego wyniku na różnicach kursowych. Koszty finansowe w 2012 roku zmniejszyły się w porównaniu do 2011 roku o 15,2 mln zł głównie z odwrócenia w 2012 roku relacji na różnicach kursowych.

Grupa Kapitałowa zrealizowała w 2012 roku wyższy zysk netto w porównaniu z rokiem 2011 o 29,1 mln zł. Duży wpływ miało uzyskanie większej rentowności,

a także wzrost sprzedaży związany ze zmianą polityki sprzedaży Spółki dominującej na rynku krajowym polegająca na położeniu nacisku na odsprzedaż produktów do klientów. Rentowność netto wyniosła 8,2% i była wyższa o 4,9 punkty procentowe w porównaniu do poprzedniego okresu. W 2013 roku Grupa Kapitałowa zamierza nadal zwiększać rentowność ze sprzedaży i poprawić ewentualne negatywne tendencje zarysowane powyżej, których skutki można obserwować w Sprawozdaniu z Pełnego Dochodu.

In the sales structure of the Capital Group by countries, the Polish market is the dominant one with a 64% share, followed by the Ukrainian market with 23%, the Belarussian with 7% and other markets with 6%.

Due to the result on operating activities higher by PLN 1.9 million, the operating profit of the Capital Group amounted to PLN 56.5 million in 2012 in comparison with PLN 40.8 million in 2011, which constitutes an increase by PLN 15.7 million on 2011. The balance of financial transactions was negative

in 2012 and it reduced the operating profit by PLN 2.5 million while a year earlier this balance amounted to minus PLN 18.7 million. Financial revenues increased by PLN 1 million due to foreign exchange gains. In 2012 financial expenses decreased in comparison with 2011 by PLN 15.2 million, mainly due to reversal of foreign exchange relations in 2012.

In 2012 the Capital Group recorded a net profit higher by PLN 29.1 million in comparison with 2011. Higher return ratios as well

as a sales increase relating to a change in the sales policy of the Parent Company on the domestic market consisting in focusing on reselling products to customers had a significant influence. Net return reached 8.2% and was higher by 4.9 percentage points in comparison with the previous period. In 2013 the Capital Group intends to continue increasing the return on sales and remedy any negative tendencies outlined above the consequences of which may be observed in the Statement of Comprehensive Income.



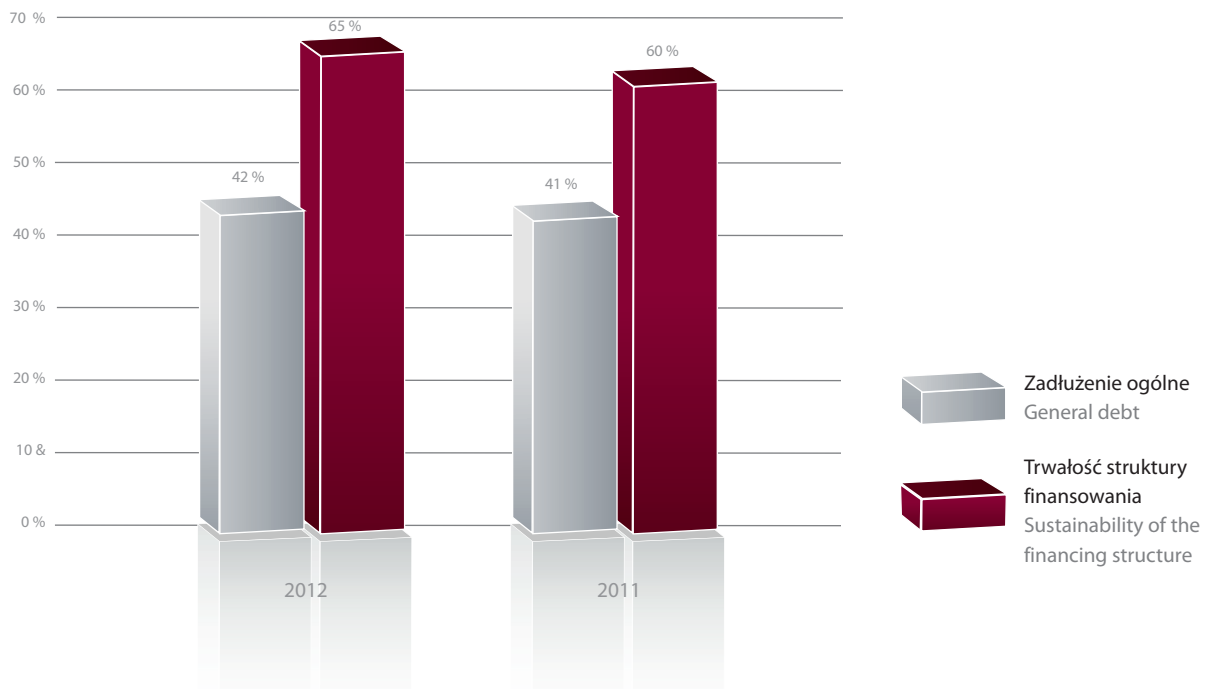
Finanse

Finance



WSKAŹNIKI FINANSOWANIA

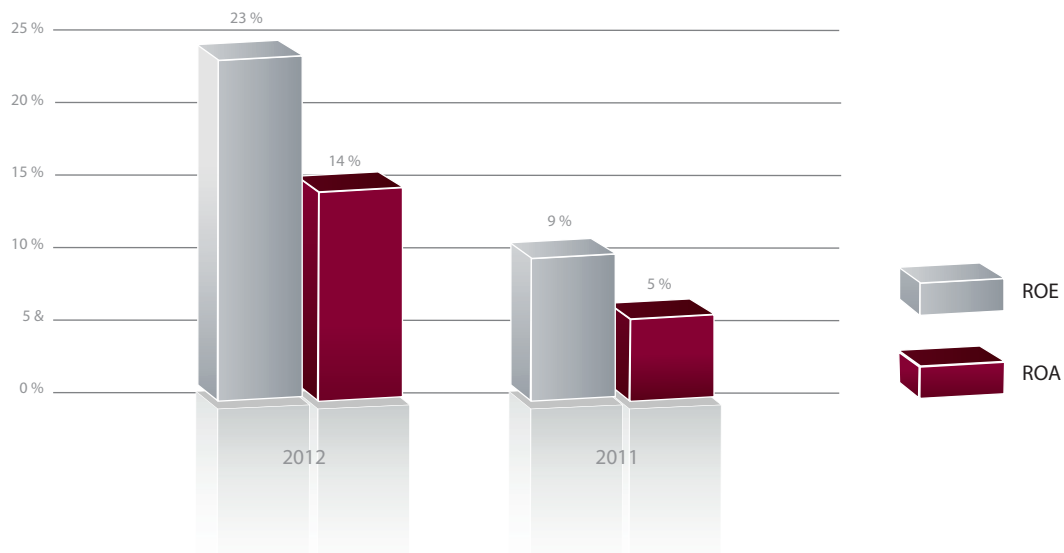
FINANCIAL RATIOS



Wskaźnik zadłużenia jest o 1% większy od analogicznego okresu w roku 2011. Zwiększeniu uległa trwałość struktury finansowania, głównie z powodu wzrostu zobowiązań długoterminowych w strukturze źródeł finansowania.

The debt ratio is 1% higher than in the corresponding period in 2011. The sustainability of the financing structure improved, mainly due to an increase of long-term liabilities in the structure of financing sources.

WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI
RETURN RATIOS

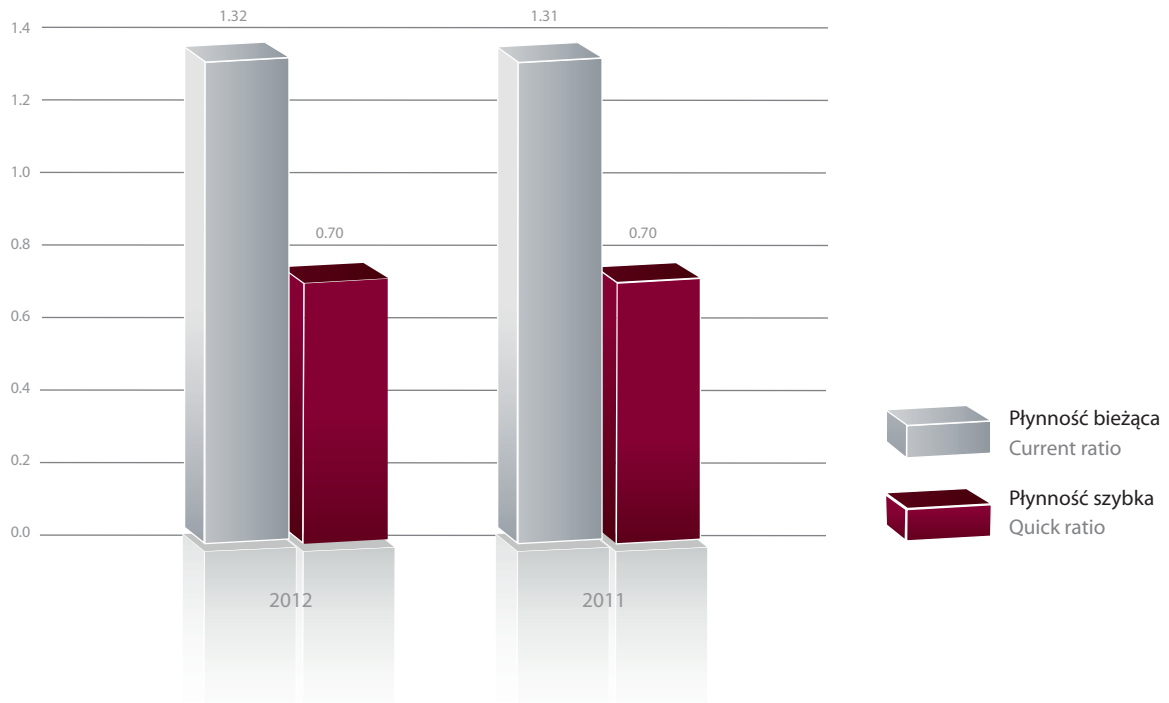


Wzrost zysku netto skutkuje polepszeniem wartości wskaźnika stopy zwrotu aktywów (ROA) oraz wskaźnika stopy zwrotu z kapitału własnego (ROE). Kształtowanie się podstawowych wskaźników w zakresie płynności przedstawia powyższy wykres.

The increase of the net profit results in improving the return on assets (ROA) and the return on equity (ROE). Changes in basic liquidity ratios are presented in the graph below.



WSKAŹNIKI PŁYNNOŚCI
LIQUIDITY RATIOS



Wskaźniki płynności stanowią relację aktywów obrotowych lub ich bardziej płynnej części do zobowiązań krótkoterminowych. Na wzrost wskaźników płynności decydujący wpływ miało zwiększenie stanu środków pieniężnych stąd ich poprawa w porównaniu do 2011 roku.

Liquidity ratios constitute the relation of current assets or a more liquid part thereof to short-term liabilities. An increase of cash had the biggest influence on the increase of liquidity ratios, hence their improvement in comparison with 2011.





Strategiczne cele Grupy Kapitałowej

The strategic objectives of the Capital Group



Głównym założeniem długoterminowej strategii rozwoju Grupy Kapitałowej Śnieżka na najbliższe lata jest osiągnięcie pozycji lidera w segmencie farb dekoracyjnych w Europie Środkowo-Wschodniej, ze szczególnym uwzględnieniem rynku polskiego, ukraińskiego i białoruskiego. Spółki Grupy Kapitałowej będą realizować ten cel poprzez dalsze dopasowanie się do potrzeb konsumentów na rynkach lokalnych poszczególnych państw. Ważny w procesie osiągnięcia pozycji lidera rynku farb i lakierów w kraju oraz Europie Wschodniej będzie dla spółek Grupy Kapi-

tałowej wzrost sprzedaży w nowoczesnych kanałach dystrybucji.

Strategia rozwoju Grupy Kapitałowej Śnieżki zakłada szczególną aktywność w trzech obszarach:

- wzrost udziału wyrobów dostarczanych przez spółki Grupy Kapitałowej do kanału nowoczesnego tj. sieci marketów budowlanych (DIY), zarówno w Polsce, jak i na Ukrainie i w Rosji,
- kontynuowanie programu budowy i przebudowy sieci sklepów partnerskich w Polsce, a także na kluczowych rynkach

zagranicznych,

- inwestycje kapitałowe związane z potencjalnymi możliwościami akwizycji w Europie Środkowo-Wschodniej.

Ponadto Grupa Kapitałowa Śnieżka zamierza rozwijać eksport poprzez zdobywanie nowych rynków oraz rozwijanie portfolio marek: Śnieżka, Magnat, Vidaron, Foveo-Tech, Beston, Proximal. W ramach realizowanej strategii Grupa Śnieżka jest zainteresowana zarówno rozwojem organicznym, jak i wzrostem inwestycji kapitałowych. Grupa jako cele wyznaczyła sobie budowa-

The main objective of the long-term development strategy of the Śnieżka Capital Group for the following years is to achieve the leading position in the sector of decorative paints in the Central and Eastern Europe, particularly in the markets of Poland, Ukraine and Belarus. The Companies of the Capital Group will strive to realise this objective by continuing to care for the needs observed on the local markets. Promoting the growth of sales in the modern distribution channels will be important for achieving this leading position in the domestic and East European markets of paints and varnishes.

The development strategy of the Śnieżka Capital Group provides for a particularly intensive activity in the following three areas:

- increased participation of the products delivered by the Companies from the Capital Group in the modern distribution channel, i.e. DIY retailer chains, both in Poland and in Ukraine and Russia,
- further construction and extension of the chain of partner stores in Poland and on key foreign markets,
- capital investments relating to potential acquisitions in Central and Eastern Europe.

Moreover, the Śnieżka Capital Group desires to develop its export by expanding to new markets and developing the brand portfolio: Śnieżka, Magnat, Vidaron, Foveo - Tech, Beston, Proximal. As part of its strategy, the Śnieżka Group is interested not only in organic growth, but also in an increase in capital investments. Among the Group's objectives is the development of long-lasting and amicable relations both with its business partners, employees, shareholders as well as with its clients, based on mutual understanding and trust. The Group intends to continue to support its business partners, distributors and retailers

nie trwałych i przyjaznych relacji zarówno z partnerami handlowymi, pracownikami, akcjonariuszami, jak i konsumentami, w oparciu o wzajemne zrozumienie i zaufanie. Grupa nadal będzie wspierać partnerów handlowych, dystrybutorów i detalistów

w zakresie informacji, marketingu i szkoleń, pokazując, że dzięki ścisłej współpracy można budować wartość własnej firmy.

Zarząd Spółki dominującej potwierdza, że wytyczone cele Grupy Kapitałowej będą

realizowane z dotychczasową konsekwencją. Harmonijny rozwój, zgodny z przyjętą strategią, ma pozwolić Grupie Kapitałowej na osiągnięcie wiodącej pozycji na konkurencyjnych rynkach.

with information, marketing and training activities, thus showing that close cooperation strengthens the Company's goodwill. The Parent Company's Management Bo-

ard confirms that the goals defined by the Capital Group will be performed as consistently as they have been so far. Balanced growth, inscribed in the strategy, will allow

the Capital Group to achieve a leading position on competitive markets.



Sytuacja makroekonomiczna Macroeconomic situation



Polska jest dla Grupy Kapitałowej jednym z kluczowych rynków, stąd też realny wpływ na osiągnięte wyniki ma sytuacja makroekonomiczna tego kraju. Wg danych Głównego Urzędu Statystycznego wzrost PKB w roku 2012 wyniósł 1,9%. Szacuje się, że krajowy rynek budowlany w 2012 roku urosł nieznacznie, jednak na 2013 rok jest przewidywany spadek jego wielkości, głównie ze względu na liczne upadłości firm budowlanych – w tym tych największych i wstrzymaniu prac, zwłaszcza w inwestycjach infrastrukturalnych. Ograniczenia popytu są także powodowane przez trudności w uzyskaniu kredytów hipotecznych i kon-

sumenckich. Niestabilna sytuacja gospodarki, a także rynków finansowych również ma wpływ na skłonności konsumentów do wydatków inwestycyjnych, w tym nakładów remontowych.

Dla gospodarki Ukrainy rok 2012 okazał się być trudny. Według Państwowej Służby Statystycznej w omawianym okresie zanotowano nieznaczny wzrost PKB - o 0,2%. Równocześnie wystąpiły inne poważne problemy gospodarcze: powiększający się deficyt handlowy, ujemny wzrost produkcji przemysłowej, kurczenie się rezerw walutowych i słabnąca kondycja hrywny. Spadek

wartości produkcji w budownictwie, zapoczątkowany jeszcze w pierwszej połowie roku, był jeszcze bardziej odczuwalny po turnieju Euro 2012.

Większość inwestycji budowlanych związanych z organizacją tego wydarzenia miało bowiem miejsce w poprzednich latach. W roku 2013 Ukraina będzie musiała spłacić około 9 mld USD, pochodzących z zadłużenia zagranicznego, z czego ponad 5,5 mld USD to zobowiązania przed Międzynarodowym Funduszem Walutowym.

Poland is one of key markets for the Capital Group, therefore, the macroeconomic situation of this country has a marked influence on the results achieved by the Group. According to the data published by the Central Statistical Office, the GDP grew by 2.0% in 2012. It is estimated that the domestic construction market increased slightly in 2012, however, it is expected to shrink in 2013, mainly due to numerous bankruptcies of construction companies, including the biggest ones, and suspension of work, especially in infrastructure projects. Decreased demand is also attributable to difficulties in obtaining mortgage and consumer

loans. Similarly, the unstable situation on economic and financial markets also affects consumers' willingness to make capital expenditures and to spend money on renovations.

For the Ukrainian economy the year 2012 proved difficult. According to the State Statistics Committee, a slight increase of the GDP was observed during the period analysed, i.e. by 0.2%. At the same time other serious economic problems occurred: a growing trade deficit, a negative increase of industrial production, shrinking currency reserves and a weakening position of the

hrywnia. A drop in production in the construction sector, which started already during the first half of the year, became even more acute after the Euro2012 tournament as most construction projects connected with organising this event had been carried out in previous years. In 2013 Ukraine will have to repay approx. USD 9 billion worth of foreign debt, of which more than USD 5.5 billion are liabilities payable to the International Monetary Fund.

W raportowanym okresie na Białorusi mieliśmy do czynienia ze względną stabilizacją gospodarki po kryzysowym roku 2011. Według danych białoruskich służb statystycznych PKB w roku 2012 wzrósł o 1,5%. Równocześnie zanotowano spadek udziału sektora budownictwa w przyroście PKB. Spowodowane to było głównie znacznymi

ograniczeniami w kredytowaniu preferencyjnego budownictwa mieszkaniowego.

Na rok 2013 rząd Białorusi przyjął plan oszczędnościowy, który przewiduje m.in. ograniczenie zużycia energii elektrycznej, obniżenie kosztów budowy dróg czy racjonalne wykorzystanie zasobów ma-

terialnych, przy jak największym zużyciu materiałów produkcji krajowej. W ocenie ekonomistów do pełnej poprawy sytuacji konieczne jest przeprowadzenie głębszych reform strukturalnych, a głównymi dziedzinami w których potrzebna jest większa dynamika zmian to: liberalizacja cen, reformowanie przedsiębiorstw i prywatyzacja.

During the period covered by this report the economic situation in Belarus stabilised relatively after the crisis year 2011. According to the Belarussian statistics services, in 2012 the GDP rose by 1.5%. At the same time the share of the construction sector in GDP growth decreased. This was caused mainly by considerable restrictions on preferential loans for housing development.

The government of Belarus adopted an austerity plan for 2013 providing inter alia for reducing the use of electric energy, cutting road construction costs or reasonable use of resources, with maximum use of domestically produced materials. In the opinion of economists, for the situation to improve fully, it is necessary to implement more comprehensive structural reforms and

more dynamic changes are needed mainly in such areas as: liberalisation of prices, business reforms and privatisation.



Sytuacja w sektorze farb i lakierów

Situation in the sector of paints and varnishes

Spółka dominująca dostrzega szanse dynamicznego wzrostu sprzedaży na kluczowych dla siebie rynkach eksportowych.

The Parent Company perceives opportunities of dynamic growth of sales on key export markets.



Według szacunków Spółki dominującej wielkość rynku farb w Polsce w 2012 roku w ujęciu ilościowym nie uległa zmianie. Na głównych rynkach zagranicznych, na których Grupa sprzedaje swoje wyroby, tj. Ukrainie i Białorusi sytuacja kształtowała się podobnie jak w Polsce. W dalszym ciągu najważniejszym dla Grupy Kapitałowej segmentem rynku pozostają remonty,

które zapewniają ponad 80% przychodów ze sprzedaży, pozostała część produktów trafia na rynek nowych mieszkań i domów.

Ze względu na potencjał wzrostu zużycia farb przez polskich konsumentów Grupa zamierza w dalszym ciągu zwiększać swoje udziały w rynku krajowym. Ponieważ obecne zużycie farb liczone na jed-

nego mieszkańca na rynkach państw Europy Wschodniej jest znacząco niższe niż w Polsce oraz w krajach Europy Zachodniej, Spółka dominująca dostrzega szanse dynamicznego wzrostu sprzedaży na kluczowych dla siebie rynkach eksportowych.

According to the estimates of the Parent Company, the paint market in Poland in 2012 did not change in terms of volume. On the principal foreign markets on which the Group sells its products, i.e. in Ukraine and Belarus, the situation was similar to that in Poland. Renovations remain the most significant market segment for the Capital Group as they generate 80% of sales re-

venues; the remaining part of products are sold on the market of new flats and houses.

Due to potential growth of the use of paints by Polish consumers, the Group intends to continue increasing its share in the domestic market. As the current use of paints per one person on the markets in the countries of Eastern Europe is considerably

lower than in Poland and the countries of Western Europe, the Parent Company perceives opportunities of dynamic growth of sales on key export markets.



Rozwój oferty rynkowej – produkty, towary, usługi

The development of the market offer – core products, goods and services



Główna działalność Grupy Kapitałowej Śnieżka skupia się na produkcji i sprzedaży wysokiej jakości produktów do zabezpieczania, wykańczania i dekorowania różnego rodzaju powierzchni.

Co roku Grupa pracuje nad rozbudową swojej oferty, wzbogacając portfolio o nowe produkty, tak, aby sprostać oczekiwaniom najbardziej wymagających klientów. W związku z tym w 2012 roku wprowadzono do sprzedaży kilka nowych produktów.

W ofercie Spółki dominującej pojawiła się nowa gama farb satynowych w gotowych kolorach o nazwie Śnieżka Satynowa. Na

rynek ukraiński i białoruski, przygotowano nową emulsję do ścian w gotowych kolorach zawierających dodatek Teflon® surface protector pod nazwą Śnieżka Nature. W wyniku prowadzonych prac nad modyfikacją receptury i oferty produktu Śnieżka Kuchnia-Łazienka wprowadzono na rynek nową wersję tego wyrobu, zawierającą dodatek srebra. Farba dostępna jest w dwóch wariantach wykończenia powłoki: mat i satyna oraz w nowej kolorystyce. W omawianym okresie w sprzedaży pojawiły się także nowe produkty pod marką Acryl-Putz: zaprawa wyrównawcza, gładź wapienna Renova oraz masa naprawcza Light. Zmianie uległa również oferta produktów systemów

dociepleń Foveo-Tech. W wyniku prowadzonych prac badawczych przygotowano receptury farby i tynku silikatowo-silikonowego oraz farby i tynku akrylowego, które to jako jedyne na polskim rynku wykorzystują technologię Teflon® surface protector. Innowacja ta przyczynia się do podniesienia własności użytkowych wykonywanych powierzchni, które wykazują doskonałą odporność na wszelkiego rodzaju zabrudzenia. Udany debiut produktów systemu dociepleń wykorzystujących technologię Teflon® surface protector pozwala na kolejne lata prognozować wzrosty sprzedaży tej grupy wyrobów. W omawianym okresie Spółka dominująca prowadziła badania

The Śnieżka Capital Group focuses its activities on the production and sales of high-quality products to secure, finish and decorate various types of surface.

Every year the Group strives to extend its offer, enriching the portfolio with new products in order to meet the requirements of the most demanding customers. As a result, several new products were released in 2012.

A new range of ready-to-use colourful satin paints was introduced to the Company's offer (Śnieżka Satynowa). A new collection of ready-to-use colourful wall emulsion with

the Teflon® surface protector was prepared for the Ukrainian and Belarusian markets (Śnieżka Nature). As a result of modification of the formula and offer of Śnieżka Kuchnia-Łazienka (Kitchen-Bathroom), a new version of this product with an addition of silver was introduced in two alternative finishes: matt and satin as well as in new colours. During the period discussed new products under the brand Acryl - Putz were also released on the market: levelling mortar, Renova gypsum and Light repair adhesive. The range of products in the Foveo-Tech heat insulation systems changed as well. Research and development efforts yielded formulas for a silicate and silico-

ne paint and plaster compound and for an acrylic paint and plaster, which are the only products in the Polish market to use the Teflon® surface protector technology. This innovation also helped improve use properties of the surfaces covered, which show excellent resistance to a type of dirt. A successful launch of heat insulation systems using the Teflon® surface protector technology allows the Company to predict growing sales of these products in the years to come. In the reporting period the Company worked on extending the product offer in the scope of Proximal powder paints. Research and development resulted in new formulas for polyester paints, for which

nad rozwojem oferty produktowej w zakresie farb proszkowych marki Proximal. W ramach prac badawczych opracowano receptury farb poliestrowych, na które Spółka uzyskała certyfikat Qualicoat.

Na sezon 2013 przygotowano i wprowadzono do sprzedaży nowy produkt Magnat Ceramic. Jest on produkowany z wykorzystaniem innowacyjnej technologii Ceramic System trzeciej generacji i charakteryzuje się plamoodpornością oraz ponadprzeciętną trwałością wymalowania. Jednocześnie przygotowano także nowy system identyfikacji wizualnej marki

Magnat, czego efektem jest zmienione logo oraz grafika opakowań.

W ofercie Spółki Śnieżka Ukraina pojawia się nowa farba emulsyjna Śnieżka Max latex 100, zawierająca technologię Teflon® surface protector. Produkt ten jest przeznaczony na rynek ukraiński. Grupa zamierza kontynuować działania prowadzące do zwiększania w ofercie wyrobów produkowanych przez spółkę Śnieżka Ukraina.

W omawianym okresie spółka Śnieżka Bel-Pol rozszerzyła ofertę gruntów sprzedawanych pod marką Śnieżka Acryl-Putz.

W roku 2012 Spółka dominująca wdrożyła nowy system identyfikacji wizualnej marki Śnieżka. Przygotowana koncepcja jest potwierdzeniem zachodzących pozytywnych zmian w wizerunku marki. Projektując nowe logo zachowano dotychczasowy dorobek marki, równocześnie w lepszy sposób komunikując wartości, które reprezentuje. Konsekwencją zmiany logo marki Śnieżka była także modyfikacja szaty graficznej opakowań, które Grupa systematycznie wprowadza do użycia.

the Company obtained the Qualicoat certificate.

For the 2013 season was prepared and introduced a new product – Magnat Ceramic. It is produced using an innovative Ceramic System third-generation technology and is characterized by stain resistance and above-average durability of the coat. At the same time, a new visual identity of the Magnat brand was prepared, resulting in changed logo and graphics of packages.

New emulsion paint Śnieżka Max latex 100, with the Teflon® surface protector technology, was introduced to the offer of Śnieżka Ukraina. This product is earmarked for the Ukrainian market. The Group intends to continue activities aimed at increasing goods produced by Śnieżka Ukraina in the offer.

During the reporting period Śnieżka BelPol extended the offer of primers sold under the Śnieżka Acryl-Putz brand.

In 2012 the Parent Company implemented a new visual branding system for the Śnieżka brand. The concept prepared is a confirmation of ongoing positive changes in the image of the brand. Designing the new logo, the current achievements of the brand were retained while the communication of the values represented by the brand was improved. A change of the logo of the Śnieżka brand also led to a modification of the layout of packaging which the Group implements systematically.



Działania marketingowe w 2012 roku

Marketing activities in 2012



W celu wsparcia sprzedaży marek Grupy na sezon 2012 przygotowano kilka kampanii reklamowych, które zrealizowano na rynku polskim, ukraińskim, białoruskim i mołdawskim. Najważniejszą z nich była ta, która wprowadzała na rynek kolekcję farb satynowych. Na potrzeby działań przygotowano spot reklamowy w wersjach 30" i 10", który w swej treści podkreśla główne korzyści funkcjonalne i emocjonalne, jakie kolekcja oferuje. Głównym medium kampanii była telewizja, którą uzupełniały reklamy w prasie, radio i działania w Internecie. Działania reklamowe prowadzone na rynku polskim wspierały sprzedaż tak-

że innych marek Grupy. W przypadku produktów Vidaron przygotowano nowe spoty radiowe będące kontynuacją komunikacji z lat poprzednich. Reklamy podkreślające unikalny benefit marki – dodatek Teflon® surface protector oraz 6-cio letnią gwarancję można było usłyszeć w ogólnopolskich oraz lokalnych stacjach radiowych. Uzupełnieniem tych działań była reklama prasowa oraz aktywność w Internecie. W omawianym okresie wsparcie reklamowe otrzymała także marka Magnat. Na sezon 2012 zaplanowano obecność w trzech rodzajach mediów: radio, prasie i Internecie. „Odważ się stworzyć z farbami Magnat

niezwykle wnętrze. Przyjdź do magicznego świata farb MAGNAT i zobacz, co się w nim wydarzy” – to główny komunikat kampanii. Przygotowane kreacje są spójne z główną ideą marki: „Magnat. Magia szlachetnych barw”. Kampania miała na celu zaakcentowanie, że farby Magnat, inspirowane barwami kamieni szlachetnych, pozwalają na stworzenie magicznych, unikalnych wnętrz i umożliwiają przeżycie kolorystycznych doznań w bogatym świecie barw. Dodatkowo komunikacja podkreślała unikalny atrybut farb - jednowarstwowość. W opisywanym okresie prowadzono także działania reklamowe wspierające markę Acryl-Putz.

To support the sales of the Group's brands during the 2012 season, several advertising campaigns were prepared and they were carried out on the Polish, Ukrainian, Belarussian and Moldavian markets. The key campaign introduced a collection of satin paints to the market. An advertising spot in 30" and 10" versions was created as part of marketing measures, emphasising functional and emotional benefits offered by the collection. Television was the main medium of the campaign, complemented by the press, radio and Internet activity. Advertising activity conducted on the Polish market also supported sales of other brands of the Group. New radio advertisements were prepared for the Vidaron products as a continuation of marketing communication

in earlier years. Advertisements in the main radio stations and local stations underline the unique benefit of the brand: the Teflon® surface protector and the 6-year guarantee. These measures were complemented by advertisements in the press and the Internet. The Magnat brand received advertising support in the discussed period as well. Presence in three types of media was planned for the 2012 season: radio, press and the Internet. „Find the courage to create a unique interior with Magnat paints. Come to the magic world of MAGNAT paints and see what will happen” – this is the main communication of the campaign. The creations prepared are consistent with the principal idea of the brand: „Magnat. Magic of elegant paints.” The campaign was

intended to emphasise that the Magnat paints, inspired by colours of gems, allow the customer to create magical and unique interiors and to experience the richness of colours. The new communication also emphasised a unique attribute of the paints: single-coat application. During the reporting period advertising measures also promoted the Acryl-Putz brand. An original and creative concept of „Gładkościan” (SmoothWall) was used in radio and press advertising. Additionally, the campaign was backed up by promotional materials available in points of sale.

On the Ukrainian market an advertising campaign was carried out promoting a new collection of ready-to-use colourful paints

Wykorzystano tu oryginalną koncepcję kreatywną „Gładkościan”, która realizowana była głównie w spocie radiowym oraz w prasie. Dodatkowo kampania została wsparta materiałami promocyjnymi, które pojawiły się w miejscach sprzedaży.

Na rynku ukraińskim zrealizowano kampanię reklamową wspierającą nową kolekcję farb w gotowych kolorach Śnieżka Nature. Spot reklamowy emitowany był w głównych stacjach telewizyjnych, a dodatkowe wsparcie stanowiła reklama prasowa, radiowa i komunikacja w Internecie. Na rynku ukraińskim przeprowadzono także działania reklamowe dla marek Vidaron (radio, outdoor, prasa, Internet) oraz Acryl-Putz

(radio i prasa).

Akcje reklamowe zaplanowano i zrealizowano również dla marek sprzedawanych na rynku białoruskim. Podobnie jak na Ukrainie, aby zapewnić wsparcie nowo wprowadzanemu na rynek produktowi - farbie w gotowych kolorach Śnieżka Nature, przeprowadzono kampanię reklamową. Głównym medium była telewizja, a uzupełnienie komunikacji stanowiło radio. Radio było natomiast wiodącym medium w działaniach prowadzonych dla marek Vidaron i Acryl-Putz. Dodatkowo korzystano z prasy, outdoor-u.

Grupa była także aktywna reklamowo na rynku moldawskim, gdzie zrealizowano

kampanie dla marek Śnieżka Supermal i Vidaron. Na mniejszą skalę Grupa prowadziła działania marketingowe na rynkach słowackim, litewskim i rosyjskim.

Istotną część planów Spółki wiodącej na rok 2012 stanowiło wdrożenie nowej koncepcji funkcjonowania Salonów i Sklepów partnerskich. Nowy koncept sprzedażowo-merchandisingowy, przygotowany dla rynku polskiego, wydatnie wspierał sprzedaż produktów Spółki, jednocześnie lepiej komunikując marki w miejscu sprzedaży.

W omawianym okresie zrealizowano 165 punktów, w tym 55 o statusie Salonu Firmowego i 110 Sklepów Firmowych.

Śnieżka Nature. The advertising spot was broadcast in main television channels, with additional support from press and radio advertising and communication in the Internet. Moreover, advertising activities were carried out on the Ukrainian market for such brands as Vidaron (radio, outdoor, press, the Internet) and Acryl – Putz (radio and press).

Advertising campaigns were also planned and performed for brands sold on the Belarussian market. Similarly to Ukraine, an advertising campaign was conducted to a newly released product on the market,

i.e. ready-to-use colourful paints Śnieżka Nature. Television was the main medium, complemented by the radio. However, the radio was the leading medium in the activities carried out for Vidaron and Acryl – Putz brands. Press and outdoor were additionally used.

The Group was also active in advertising terms on the Moldavian market, where campaigns were carried out for Supermal and Vidaron brands. The Group carried out marketing activities on a lesser scale on Slovakian, Lithuanian and Russian markets.

An important part of the Parent Company's plans for 2012 was the implementation of the new operating concept for showrooms and partner stores. The new sales and merchandising concept, prepared for the Polish market, significantly promoted the sales of the Company's products, at the same time communicating the brands at points of sale more effectively.

During the reporting period activities were carried out in 165 outlets, of which 55 Brand Showrooms and 110 Brand Stores.

TEFLON® CHRONI, VIDARON GWARANTUJE

www.vidaron.pl



Teflon® is registered trademark of DuPont used under license by FHL Śnieżka SpA.

Rynki zbytu Target markets



Głównym rynkiem zbytu dla wyrobów Grupy jest Polska, przy czym wartość krajowego rynku farb i lakierów dekoracyjnych szacowana jest na ok. 2 mld PLN. Średnie zużycie farb na mieszkańca wynosi ok. 10 litrów i jest ono znacznie niższe niż w krajach Europy Zachodniej. Według szacunków Spółki dominującej posiada ona ok. 16% udział w krajowym rynku farb i lakierów dekoracyjnych (wartościowo), ze szczególnie silną pozycją w segmencie farb emulsyjnych. Na rynku polskim Spółka dominująca prowadzi sprzedaż swoich produktów za pośrednictwem tradycyjnych (hurtownia - sklep detaliczny) i nowocze-

snych (sieci marketów) kanałów dystrybucji oraz w pewnym zakresie bezpośrednio do odbiorców. Dynamicznie rozwijającym się kanałem dystrybucji są sieci marketów budowlanych, dla których jednak rok 2012 okazał się okresem trudnym: część sieci podjęła decyzję o zamknięciu mniej dochodowych marketów, pozostałe zanotowały zdecydowanie mniejszą dynamikę otwarć nowych hal handlowych w stosunku do lat poprzednich. Problemy dotyczące nowoczesny kanał dystrybucji nie miały negatywnego wpływu na wielkość obrotów Spółki wiodącej realizowanych z marketami budowlanymi – wręcz przeciwnie, rok 2012

zakończył się znacząco dynamiką odsprzedaży w tym kanale dystrybucji.

Działające na rynku polskim sieci rozpoczęły również rozszerzanie zakresu swojej działalności o sprzedaż internetową oraz intensyfikację działań w kierunku pozyskania klientów sektora B2B. Na rynku polskim pojawiła się równocześnie nowa sieć handlowa JULA, oferująca wszystko dla domowych majsterkowiczów i profesjonalistów, wprowadzając tym samym nową kategorię handlową – multimarket.

Poland is the main target market for the goods produced by the Group and the value of the domestic decorative paint and varnish market is estimated at approx. PLN 2 billion. Average use of paints per one person amounts to approx. 10 litres and it is considerably lower than in the countries of Western Europe. The Parent Company estimates that it has an approx. 16% share in the domestic decorative paint and varnish market (by value), with a particularly strong position in the segment of emulsion paints. On the Polish market the Parent Company sells its products through traditional (wholesale - retail shops) and modern (market chains) distribution channels and

to a certain extent directly to customers. DIY retail chains are a dynamically growing distribution channel, however, 2012 proved a difficult period for them as some chains decided to close less profitable stores while other recorded considerably lower dynamics of opening new stores in comparison with previous years. Problems affecting the modern distribution channel did not have a negative impact on the turnover of the Parent Company with DIY chains, to the contrary, 2012 ended with considerable resale dynamics in this distribution channel. Chains operating on the Polish market also began to broaden the scope of their business with online sales and they inten-

sified activities to gain clients from the B2B sector. At the same time a new retail chain entered the Polish market, i.e. JULA, offering a complete range of products for DIY enthusiasts and professionals and thus introducing a new retail category, i.e. a multimarket.

Apart from Poland, markets important for the Group include Ukraine and Belarus. In 2012 the Ukrainian paint and varnish market went through a stagnation period, mainly as a result of a difficult macroeconomic situation. The Group has a very strong position on this market, outstripping other producers in certain paint categories. The Group has an estimated market share



Poza Polską, kolejnymi ważnymi dla działalności Grupy rynkami są Ukraina i Białoruś. Ukraiński rynek farb i lakierów w roku 2012 przeżywał zastój, co wynikało głównie z trudnej sytuacji makroekonomicznej. Grupa zajmuje bardzo silną pozycję na tym rynku, wyprzedając w określonych asortymentach farb innych producentów. Szacowany udział rynkowy Grupy to ok. 24% (ilościowo), natomiast w największym i dynamicznie rozwijającym się segmencie emulsji wynosi ok. 30% (ilościowo). Wielkość rynku ukraińskiego w 2012 roku oceniana jest na 327,6 tys. ton, w tym najwięk-

szy udział mają farby wodorozcieńczalne. Szacuje się, że średnie zużycie farby na jednego mieszkańca wynosi tu ok. 7 litrów. Na ukraińskim rynku przeważa ciągle tradycyjny model sprzedaży produktów, nie mniej jednak systematycznie rośnie rola sieci marketów budowlanych (DIY). Ten ostatni kanał został zdominowany przez lokalne podmioty – Epicentr oraz Nowa Linia, z małym udziałem międzynarodowych sieci, które posiadają średnio od 1 do 4 marketów. W roku 2012 sprzedaż Grupy na rynku ukraińskim wyniosła 132 mln zł, co daje 111% dynamikę.

Grupa Śnieżka jest jednym z liderów białoruskiego rynku farb i lakierów, a jej udział szacowany jest na około 15%. Średnie zużycie farb na jednego mieszkańca jest na Białorusi ciągle stosunkowo niskie i wynosi ok. 5 litrów, co potwierdza perspektywy rozwoju tego rynku. Sprzedaż produktów Grupy odbywa się tam przez kanał tradycyjny, przy równoczesnym stałym wzroście dystrybucji poprzez sieci marketów budowlanych. W roku 2012 sprzedaż Grupy na rynek białoruski wyniosła 42,5 mln zł, co daje 104% dynamikę.



of approx. 24% (by volume), however, in the bigger and more dynamically growing emulsion segment it has a market share of approx. 30% (by volume). In 2012 the Ukrainian market was estimated at 327.6 tonnes, in which water-based paints have the biggest share. Average paint use per one person on this market is estimated at approx. 7 litres. The traditional product sales model still predominates on the Ukrainian

market, however, the importance of DIY stores grows systematically. This channel was dominated by local entities, i.e. Epicentr and Nowa Linia, with a small share of international chains running between 1 and 4 stores on average. In 2012 the Group recorded sales revenues of PLN 132 million on the Ukrainian market, which gives 111% dynamics.

The Śnieżka Group is a leader on the Belarussian paint and varnish market, and its share is estimated at approx. 15%. Average paint use per one person in Belarus remains relatively low at approx. 5 litres, which confirms growth prospects for this market. The Group sells its products through the traditional channel with a steady increase of distribution through DIY stores. In 2012 the Group recorded sales revenues of PLN

Innym ważnym i perspektywicznym rynkiem dla Grupy jest Rosja, gdzie prowadzone działania skupiają się na poszerzaniu i dywersyfikacji kanałów dystrybucji, przy jednoczesnym rozszerzaniu oferty produktowej. Szacuje się, że wielkość rosyjskiego rynku farb i lakierów dekoracyjnych wynosi

1341 tys. ton, a średnie zużycie to ok. 7 litrów na jednego mieszkańca.

Spółka eksportuje także swoje produkty do pozostałych krajów Europy Centralnej i Wschodniej, w tym do Mołdawii, Kazachstanu, Słowacji i Węgier. W 2012 roku roz-

poczęto dystrybucję na nowych rynkach, takich jak Gruzja, Armenia i Kirgistan.

Ze wszystkimi największymi dystrybutorami Spółka posiada podpisane umowy określające warunki współpracy handlowej.

42.5 million on the Belarussian market, which gives 104% dynamics.

Another important and promising market for the Group is Russia, where the Group focuses its activities on extending and diversifying distribution channels, simultaneously broadening its product offer. The Russian

decorative paint and varnish market is estimated at 1,341 thousand tonnes, and the average use amounts to approx. 7 litres per one person.

The Company also exports its products to other countries of Central and Eastern Europe, including Moldavia, Kazakhstan,

Slovakia and Hungary. In 2012 distribution began on new markets, such as Georgia, Armenia and Kyrgyzstan.

The Company has valid agreements determining terms and conditions of business cooperation with all its biggest distributors.



Źródła zaopatrzenia Sources of supply

Posiadane przez Grupę źródła zaopatrzenia oraz prowadzona polityka w tym zakresie pozwalają na eliminowanie zjawiska uzależnienia się od jednego dostawcy.

The supply sources of the Group and its policy in this scope make it possible to eliminate the risk of overdependency on one supplier.



Celem realizowanej polityki zaopatrzenia jest zaspokojenie wszystkich potrzeb z Grupy Śnieżka w zakresie zabezpieczenia w surowce, materiały techniczne, urządzenia, usługi dla jej prawidłowego funkcjonowania. Przy założeniu, że istnieje kilku dostawców tego samego surowca, materiału technicznego, urządzenia przeprowadza się analizę ofert w celu wyboru najlepszej,

stosując przy tym obowiązujące w Grupie procedury.

Ważnym celem polityki zakupów jest stworzenie stabilnych stosunków z dostawcami, co nie pozostaje w sprzeczności z ciągłym poszukiwaniem nowych, konkurencyjnych źródeł zaopatrzenia. Spółka blisko współpracuje ze swoimi dostawcami w celu sys-

tematycznej wymiany informacji o sytuacji rynkowej oraz analizy obszarów współpracy, które wymagają poprawy. Posiadane przez Grupę źródła zaopatrzenia oraz prowadzona polityka w tym zakresie pozwalają na eliminowanie zjawiska uzależnienia się od jednego dostawcy.

The objective of the supply policy performed is to meet all the requirements of the Śnieżka Group in the scope of supplies of raw materials, technical materials, equipment and services to ensure its proper operation. Assuming that there are several suppliers of the same raw materials, technical materials or equipment, offers are analysed

to choose the best one in accordance with procedures applicable at the Group.

An important objective of the supply policy is to create stable relations with suppliers, which is at variance with continually looking for new, competitive sources of supply. The Company cooperates closely with its sup-

pliers in order to systematically exchange information about the market situation and analyse cooperation areas that need improvement. The supply sources of the Group and its policy in this scope make it possible to eliminate the risk of overdependency on one supplier.



Polityka personalna Employment

W strukturze Grupy Kapitałowej przeważają pracownicy z wykształceniem średnim i wyższym, posiadający dużą wiedzę specjalistyczną – stanowią oni 63,6% ogółu pracowników Grupy.

The Capital Group employs primarily people with secondary and higher education and with broad specialist knowledge, who represent 63.6% of all employees of the Group.



Grupa Śnieżka traktuje zasoby ludzkie jako istotny składnik jej kapitału, dostrzegając że ważnym czynnikiem przyczyniającym się do jej rozwoju jest stawianie na rozwój pracowników. Wzorem lat poprzednich również w roku 2012 pracownicy Grupy mieli możliwość rozwijania swoich zdolności i kompetencji poprzez uczestnictwo w szkoleniach i kursach.

Polityka personalna Grupy Kapitałowej zmierza do racjonalnego zatrudnienia pracowników, uwzględniając popyt na oferowane produkty, zmiany organizacyjne, wdrażanie nowych procedur oraz systematycznie wdrażaną automatyzację prac produkcyjnych. Efektem tych przedsięwzięć jest niewielki spadek zatrudnienia w Grupie z 985 pracowników (na dzień 31.12. 2011

roku) do 978 osób na dzień 31.12.2012 roku.

W strukturze Grupy Kapitałowej przeważają pracownicy z wykształceniem średnim i wyższym, posiadający dużą wiedzę specjalistyczną – stanowią oni 63,6% ogółu pracowników Grupy.

The Śnieżka Group treats human resources as a significant component of its capital, acknowledging that employee development is an important factor contributing to its growth. Similarly to previous years, in 2012 employees of the Group had an opportunity to develop their skills and competence by participating in trainings and courses.

The Capital Group's HR policy aims at a rational employment of staff, taking account of demand for the offered products, organisational changes, implementation of new procedures and the constant automation of production work. These undertakings resulted in a slight decrease in the Group's headcount from 985 employees (as of 31

December 2011) to 978 employees as of 31 December 2012.

The Capital Group employs primarily people with secondary and higher education and with broad specialist knowledge, who represent 63.6% of all employees of the Group.



Badania i rozwój Research and development



Działalność badawczo rozwojowa Grupy Kapitałowej Śnieżka skupiona jest w dziale Badań i Rozwoju FFIL Śnieżka SA, co wpływa pozytywnie na optymalizację kosztów. Prowadzone tam prace mają na celu poszukiwanie nowych ekologicznych surowców, innowacyjnych rozwiązań technologicznych, dzięki którym wyroby produkowane przez firmę charakteryzują się wysoką jakością, konkurencyjną ceną oraz brakiem negatywnego wpływu na środowisko. W wyniku prowadzonych prac:

- uzyskano wspólnotowe oznakowanie ekologiczne Ecolabel, dla trzech produkowanych przez firmę wyrobów – wyróżnienie to przyznaje się produktom o potwierdzonej przez zewnętrzne la-

boratoria wysokiej jakości i znikomym wpływie na środowisko naturalne,

- uzyskano dla wybranych proszkowych farb fasadowych znak jakości Qualicoat, zarejestrowany przez Stowarzyszenie Kontroli Jakości Przemysłu Lakierów, Farb i Powłok w Zurychu; oznakowanie to jest potwierdzeniem wysokiej jakości powłok na wyrobach aluminiowych używanych do celów architektonicznych,
- uzyskano dla wewnętrznej farby satynowej certyfikat zgodności z wymaganiami Polskiej Normy PN-C-81914; certyfikat przyznawany jest przez Polski Komitet Normalizacyjny w oparciu o pozytywne rezultaty badań wyrobu

wykonane przez zewnętrzne laboratorium akredytowane,

- wprowadzono na rynek biostatyczne farby wewnętrzne w wykończeniu matowym i satynowym z zastosowaniem czystego srebra, dzięki czemu, w pomieszczeniach szczególnie narażonych na atak szkodliwych dla zdrowia mikroorganizmów, łatwiej jest utrzymać higienę,
- uzyskano potwierdzenie przydatności emalii olejno-ftalowej Śnieżka Supermal do stosowania w budynkach: służby zdrowia, oświaty oraz w pomieszczeniach przeznaczonych do przechowywania produktów żywnościowych,

Research and development activities of the Śnieżka Capital Group are focused in the Research & Development Department of FFIL Śnieżka SA, which contributes to cost optimisation. The aim of the works carried out there is to find new ecological raw materials and innovative technological solutions, ensuring high quality, a competitive price and environmental friendliness of the manufactured products. As a result of the works carried out:

- the Community Ecolabel was awarded to three products manufactured by the Company, the label is awarded to products with high quality and environment friendliness confirmed by external laboratories,

- the Qualicoat quality mark, registered by the Association for Quality Control of Lacquering, Painting and Coating Industry in Zurich, was awarded to certain powder façade paints; this mark confirms high quality coats on aluminium goods used for architectural purposes,
- a certificate of conformity with the requirements of the PN-C-81914 Polish Standard was awarded to interior satin paint; the certificate is awarded by the Polish Committee for Standardisation on the basis of positive results of product analyses carried out by an authorised external laboratory,
- biostatic exterior paints with matt and satin finish applicable to pure silver

were released on the market, as a result of which it is easier to maintain hygiene in rooms with a risk of exposure to micro-organisms detrimental to one's health,

- a confirmation was obtained of the usefulness of Śnieżka Supermal oil-alkyd emulsion applicable in buildings: of the health service, the education system and in rooms designated for storing food products,
- façade products with the Teflon® surface protector technology were released on the market, as a result of which it is easier to keep external coats clean.

- wprowadzono na rynek wyroby fasadowe, w których zastosowano technologię Teflon® surface protector, dzięki czemu utrzymanie w czystości zewnętrznych powłok jest jeszcze łatwiejsze.

Uzyskane certyfikaty, a także pozytywne rezultaty badań w zewnętrznych laboratoriach akredytowanych są świadectwem odpowiedzialności Grupy za wysoką, stabilną jakość produktów oraz stan środowiska naturalnego.

Dział Badań i Rozwoju oraz Dział Zapewnienia Jakości FFIL Śnieżka SA sprawują nadzór nad procesami produkcyjnymi

w spółkach zależnych, ze szczególnym uwzględnieniem:

- wdrożenia nowych receptur produkcyjnych,
- kontrolą jakości zarówno dostarczanych surowców jak i bieżąco produkowanych farb.

Zadania te realizowane są w następujący sposób:

- wszystkie surowce stosowane w spółkach zależnych muszą być przebadane i uzyskać akceptację działu Badań i Rozwoju Spółki wiodącej pod kątem przydatności zastosowania do produkcji,

- nowo opracowane wyroby są sprawdzane pod kątem jakościowym i aplikacyjnym przez dział Zapewnienia Jakości i Aplikacji,
- produkcja pierwszych partii nowych wyrobów w spółkach zależnych jest nadzorowana przez technologa z działu Badań i Rozwoju Spółki dominującej,
- proces produkcyjny oraz kontrola jakości wyrobów produkowanych w spółkach zależnych są audytowane przez odpowiednie działy Spółki zależnej co najmniej dwa razy w roku.

The certificates awarded as well as positive results of analyses in authorised external laboratories prove the Group's responsibility for high, stable product quality and for the condition of the natural environment.

The Research & Development Department and the Quality Assurance Department of FFIL Śnieżka SA exercise supervision over production processes in subsidiaries, paying special attention to:

- implementations of new product formulas,
- quality control of both raw materials

supplied and paints produced on an ongoing basis.

These tasks are performed in the following manner:

- all raw materials used in the subsidiaries must be analysed and approved by the Company's Research & Development Department in terms of usefulness for production,
- newly delivered products are analysed in terms of quality and application by the Quality Assurance and Application Departments,

- production of first batches of new goods in subsidiaries is supervised by a technologist from the Research and Development Department of the Parent Company,
- the production process and quality control of goods produced in subsidiaries are audited by relevant departments of the subsidiary at least twice a year.



Ochrona środowiska Environmental issues



Jako podmiot działający w branży chemicznej Grupa Kapitałowa Śnieżka zdaje sobie sprawę, że odpowiedzialność w biznesie oznacza także odpowiedzialność za zasoby przyrody, w otoczeniu których działa. Ochrona walorów przyrodniczych terenów, na których zlokalizowane są spółki Grupy Kapitałowej Śnieżka wyraża się nie tylko w minimalizacji negatywnego wpływu na nie. Mając na uwadze fakt, że produkty mogą znacząco wpływać na środowisko, każde z przedsięwzięć i inwestycji są podejmowane przez spółki w uzgodnieniu z organami ochrony środowiska, prowadząc działalność w oparciu o aktualne de-

cyzje administracyjne regulujące sposób i zakres korzystania ze środowiska. Grupa dąży do minimalizacji wpływu na środowisko poprzez efektywne zużycie surowców i energii, redukcję emisji zanieczyszczeń do powietrza, wody i gruntu, racjonalną gospodarkę odpadową, a także stosowanie rozwiązań poprawiających bezpieczeństwo funkcjonowania instalacji technologicznych.

Spółka dominująca zidentyfikowała i udokumentowała istotne obszary wpływu swojej działalności na środowisko oraz opracowała politykę środowiskową, której

towarzyszą udokumentowane, mierzalne cele, które są na bieżąco monitorowane. Regularnie Spółka prowadzi pomiar zużycia wody i prądu, recyklingu wody i wytwarzania ścieków, dąży do poprawy jakości w celu zmniejszenia wytwarzanych przy produkcji odpadów, proaktywnie wprowadza w życie nowe dyrektywy, a także przeprowadza ocenę, kontrolę i ewaluację swoich zakładów produkcyjnych aby zapewnić, że konsekwentnie przestrzegają one praw człowieka i utrzymują standardy ochrony środowiska zgodne z prawem regionalnym.

As an entity operating in the chemical industry, the Śnieżka Capital Group is aware of the fact that corporate responsibility also means responsibility for resources of the environment in which it operates. Protecting natural values of the areas in which the companies of the Śnieżka Capital Group are situated manifests itself not only through keeping a negative impact on them to the minimum. Having regard to the fact that products may have a significant impact on the environment, each project and investment is undertaken by the companies in agreement with environmental protection authorities, conducting activities on the ba-

sis of current administrative decisions regulating the method and scope of using the environment. The Group strives to keep the impact on the environment to the minimum by using raw materials and energy effectively, reducing the emission of pollutants to the air, water and soil, reasonable waste management as well as applying solutions improving the safety of the operation of technological installations.

The Parent Company identified and documented significant areas in which its activities have an impact on the environment, and drew up an environmental policy with

documented, measurable objectives monitored on a regular basis. The Company measures on an ongoing basis consumption of water and electricity, water recycling and production of sewage, strives to improve quality in order to reduce waste generated during production, pro-actively implements new directives as well as assesses, controls and evaluates its production units to ensure that they consistently respect human rights and maintain environmental protection standards in compliance with the regional law.

W 2011 roku Spółka dominująca podjęła decyzję o ustanowieniu i wdrożeniu Systemu Zarządzania Środowiskowego wg ISO 14001. Rok później Systemu Zarządzania Jakością wg ISO 9001 (uzyskany przez firmę już w 1999 roku) oraz Systemu Zarządzania Środowiskowego wg ISO 14001 zostały zintegrowane i certyfikowane. Zintegrowany system obejmuje swoim zakresem projektowanie, wytwarzanie i sprzedaż

wszystkich produktów Spółki dominującej oraz zapobieganie zanieczyszczeniom. Poprzez realizację Polityki Zintegrowanego Systemu Zarządzania Spółka chce wzmocnić wiodącą pozycję w zakresie jakości wytwarzanych produktów oraz dbałości o środowisko naturalne. System zarządzania środowiskowego Spółka wykorzystuje także jako podstawowe narzędzie w dążeniu do ograniczenia oddziaływania na śro-

dowisko, przy jednoczesnej optymalizacji gospodarowania posiadanymi zasobami oraz do budowania pozytywnego wizerunku w oczach wszystkich interesariuszy Grupy Kapitałowej Śnieżka.

In 2011 the Parent Company decided to adopt and implement the ISO 14001 Environmental Management System. A year later the ISO 9001 Quality Management System obtained by the company already in 1999 and the 14001 Environmental Management System were integrated and certified. The integrated system comprises designing,

producing and selling all products of the Parent Company and pollution prevention. Implementing the Integrated System policy, the Company intends to strengthen its leading position in the scope of the quality of products manufactured and environment protection. The Company also uses the Environmental Management System as

a basic tool to reduce environmental impact while optimising the management of its resources, and to build a positive image among all the stakeholders of the Śnieżka Capital Group.



Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu

Corporate Social Responsibility



Rok 2012 był w FFIL Śnieżka SA czasem wielu działań w zakresie społecznej odpowiedzialności. Podobnie jak w poprzednich latach, ich aktywna realizacja wynikała nie tylko z „potrzeby serca”, ale także z dążenia do równowagi pomiędzy efektywnością

a szeroko pojętym interesem społecznym. Odpowiedzialność społeczna w tym rozumieniu to działania Spółki prowadzone w czterech obszarach:

- FIRMA – SPOŁECZEŃSTWO,
- FIRMA – PERSONEL,

- FIRMA – ŚRODOWISKO,
- FIRMA – RYNEK.

Spółeczna odpowiedzialność jest bowiem pojęciem wieloaspektowym, obecnym we wszystkich dziedzinach istnienia firmy.

In 2012 FFIL Śnieżka SA carried out many activities in the scope of corporate social responsibility. Similarly to previous years, their performance resulted not only from a „heartfelt need”, but also from our commitment to balance between effectiveness

and widely understood social interest. In this context the Companies conducts CSR activities in four areas:

- COMPANY – SOCIETY,
- COMPANY – PERSONNEL,
- COMPANY – ENVIRONMENT,

- COMPANY – MARKET.

As corporate social responsibility is a multi-aspect concept present in all areas of the Company's activities.

FIRMA – SPOŁECZEŃSTWO

Działania Spółki w tym zakresie skoncentrowane są głównie na pomaganiu dzieciom – zwłaszcza pokrzywdzonym przez los. Fakt ten wynika z przekonania, że pomaganie najmłodszym to inwestycja w ich przyszłość, a tym samym w przyszłość społeczeństwa.

Wyrazem dbałości o sprawy społeczności – zarówno na poziomie lokalnym, jak i ogólnopolskim – są od lat realizowane przez Spółkę programy społeczne oraz działalność Fundacji Śnieżki Twoja Szansa. Istotnymi elementami wsparcia, poza pomocą osobom przewlekłe chorym i znajdującym

się w trudnej sytuacji materialnej, jest dla Spółki edukacja i sport. W te dziedziny doskonale wpisuje się działalność Fundacji Śnieżki „Twoja Szansa”, jak również projekty „Kolorowe boiska... czyli Szkolna Pierwsza Liga” oraz „Dziecięcy świat w kolorach”.

COMPANY – SOCIETY

In this area the Company's activities are focused mainly on helping children, especially disadvantaged ones. The Company believes that helping the youngest is an investment into their future, and as a result in the future of society.

This commitment to the affairs of society, both at the local and national level, may be seen in socially-oriented programmes carried out by the Company for many years and the activities of the „Your Opportunity” Śnieżka Foundation. Apart from helping chronically-ill people and those finding themselves in

a difficult financial situation, the Company provides support through education and sport. Such activities as the „Your Opportunity” Śnieżka Foundation as well as „Colourful Fields... that is School First League” or „Children's World in Colour” have already become a fixed point in these areas.

„KOLOROWE BOISKA... CZYLI SZKOLNA PIERWSZA LIGA”

Celem, realizowanego od 2006 roku programu społecznego „Kolorowe boiska... czyli Szkolna Pierwsza Liga” jest popularyzowanie aktywnego spędzania wolnego czasu wśród dzieci, a także stwarzanie warunków do uprawiania sportu, zwłaszcza gier zespołowych. Co roku do konkursu zapraszane są szkoły podstawowe z ma-

łych miejscowości, które nie mają środków na budowę boiska lub renowację starego obiektu. Dzięki kampanii szkoła – nawet z najmniejszej miejscowości – ma szansę na zdobycie wielofunkcyjnego boiska sportowego. W roku 2012 do udziału zaproszono 500 szkół z całej Polski. Placówki zostały wytypowane we współpracy z gminami

i kuratoriami oświaty. Do rywalizacji o wymarzone boisko przystąpiło 235 szkół, które przygotowały wyjątkowe prace plastyczne i zaprezentowały je w serwisie konkursowym www.koloroweboiska.pl.

„COLOURFUL FIELDS... THAT IS SCHOOL FIRST LEAGUE”

The socially-oriented programme „Colourful Fields... that is School First League” carried out since 2006 aims to encourage children to spend their time actively outdoors and to create conditions for practising sport, especially team plays. Every year primary schools in small towns and

villages that do not have funds to build a pitch or renovate old facilities are invited to participate in the contest. Thanks to this campaign a school, even from the smallest village, has an opportunity to obtain a multi-functional sports ground. 500 schools from all over Poland were invited

to participate in the contest. The schools were selected in cooperation with communes and regional education authorities. 235 schools competed for the dream sports ground. They prepared impressive art work and presented it on the contest website www.koloroweboiska.pl.



„DZIECIĘCY ŚWIAT W KOLORACH”

To realizowany przez Spółkę autorski program społeczny, w ramach którego szpitalne oddziały dziecięce zyskują nową kolorystykę i blask. Dzięki programowi, od 2005 roku pomalowano oddziały m.in. w takich miastach jak: Rzeszów, Dębica, Sosnowiec, Warszawa, Wrocław, Kraków, Poznań, Gdańsk, Łódź, Lublin. W 2012 roku do „barwnej listy” dołączyły Katowice i Szczecin.

Ideą programu jest zamienianie przestrzeni szpitalnych oddziałów dziecięcych w barwny, bajkowy świat, a tym samym tworzenie dla małych pacjentów lepszych warunków pobytu w szpitalu. Ciepłe, przyjemne wnętrza i kolorowe obrazki pozwalają, choć na chwilę zapomnieć dzieciom o bólu i chorobie, zapewniając im komfort psychiczny i poczucie bezpieczeństwa, a tym samym pomagając im w szybszym powrocie do zdrowia.

W ramach edycji 2012 udało się wyremontować dwa oddziały:

- Oddział Okulistyki Dziecięcej w Samodzielnym Publicznym Szpitalu Klinicznym nr 5 Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach.
- Dziecięcy Oddział Obserwacyjno-Zakaźny Samodzielnego Publicznego Wojewódzkiego Szpitala Zespolonego w Szczecinie.



„CHILDREN’S WORLD IN COLOUR”

This is a socially-oriented programme established by the Company within which paediatric wards are painted in new shiny colours. Thanks to the programme, since 2005 wards have been painted in such cities as: Rzeszów, Dębica, Sosnowiec, Warsaw, Wrocław, Cracow, Poznań, Gdańsk, Łódź, Lublin. In 2012 Katowice and Szczecin joined this „colourful list”.

The idea of the programme is to trans-

form paediatric wards into colourful, fairy-like places, thus creating better hospital stay conditions for young patients. Warm, friendly interiors and colourful paintings help children forget about pain and disease even for a moment, providing them with psychological comfort and a sense of security, this way helping them to get well soon. During the 2012 edition two wards were renovated:

- the Paediatric Ophthalmology Ward at Independent Public Central Clinical Hospital no. 5 of the Medical University of Silesia in Katowice.
- the Paediatric Observation and Isolation Ward of the Independent Public Provincial Hospital in Szczecin.



FUNDACJA ŚNIEŻKI „TWOJA SZANSA”

Fundacja Śnieżki „Twoja Szansa” zajmuje się działaniem na rzecz osób przewlekle chorych i niepełnosprawnych, a także podejmowaniem działań służących promocji oświaty oraz edukacji wśród dzieci i młodzieży. W 2012 roku Fundacja Śnieżki „Twoja Szansa” przeznaczyła na działalność statutową kwotę w wysokości ok. 500 000 PLN.

Szczególną inicjatywą Fundacji jest Program Pomocy Stypendialnej, którego zadaniem jest udzielanie pomocy finansowej uzdolnionej, dobrze uczącej się młodzieży pochodzącej z niezamożnych rodzin. W 2012 roku Fundacja przeznaczyła na ten program 129 000 PLN. Dzięki tym środkom

finansowym Fundacja pomogła 68 stypendystom, którzy przyznane im pieniądze inwestują we własny rozwój.

Bardzo ważnym polem działania Fundacji jest również ochrona zdrowia i pomoc osobom przewlekle chorym i niepełnosprawnym. W 2012 roku Fundacja swoją opieką objęła 55 podopiecznych. Są wśród nich m. in. dzieci i dorośli chorzy na choroby nowotworowe, osoby sparaliżowane na skutek nieszczęśliwych wypadków, dzieci urodzone z poważnymi wadami. W 2012 roku przeznaczono kwotę 180 000 PLN na pomoc chorym i niepełnosprawnym. Dzięki temu wsparciu finansowemu podopieczni Fundacji mogli wykupić leki, uczestniczyć

w zabiegach i turnusach rehabilitacyjnych, pokryć koszty zabiegów medycznych.

Fundacja Śnieżki „Twoja Szansa” może dotrzeć z pomocą do tak wielu potrzebujących dzięki wsparciu Fundatora FFIL Śnieżka SA, który w 2012 roku przekazał darowiznę w wysokości 355 000 PLN. Fundację wspiera również grono prywatnych darczyńców, przede wszystkim osób fizycznych, które podczas rozliczania swojego zeznania podatkowego, przekazały 1% swojego podatku dochodowego na rzecz podopiecznych Fundacji Śnieżki „Twoja Szansa”.



Fundacja Śnieżki
Twoja Szansa

„YOUR OPPORTUNITY” ŚNIEŻKA FOUNDATION

The „Your Opportunity” Śnieżka Foundation provides support to chronically-ill and disabled people as well as takes actions promoting education among children and teenagers. In 2012 the „Your Opportunity” Śnieżka Foundation earmarked approx. PLN 500 000 for statutory activities.

The Foundation also manages the Scholarship Assistance Programme established to provide financial assistance to talented, outstanding young students from poor families. In 2012 the Foundation earmarked PLN 129 000 for this programme. The Foundation helped 68 students who could in-

vest the scholarship money to develop their skills and abilities.

Another very important area of the Foundation's operations is health protection and assistance to chronically-ill and disabled people. In 2012 the Foundation supported 55 people in need. These included children and adults suffering from cancer, those paralysed after accidents and children with serious inborn defects. In 2012 the Foundation assigned PLN 180 000 to help the chronically-ill and disabled. Thanks to this financial support, persons who used the Foundation's assistance could buy medi-

cines, undergo procedures, participate in rehabilitation programmes and pay for medical treatment.

The „Your Opportunity” Śnieżka Foundation is able to reach so many persons in need thanks to the support of the Founder, i.e. FFIL Śnieżka SA, which in 2012 donated PLN 355,000. The Foundation is also supported by a number of private donors, especially individuals who donated 1% of their income tax to the „Your Opportunity” Śnieżka Foundation while filing their tax declarations.



WIELKA ORKIESTRA ŚWIĄTECZNEJ POMOCY

Jedną z ważniejszych akcji, którą rokrocznie Spółka wspiera jest Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy. Ma ona dla Spółki tym większe znaczenie, że – podobnie, jak w przypadku autorskich programów społecznych – poprzez udział w niej firma po-

maga tym, którzy są jej sercom najbliżsi – chorym dzieciom. Udział Spółki w WOŚP to nie tylko pomoc w organizacji i wspieranie lokalnego sztabu, czy przekazywanie gadżetów, ale przede wszystkim udział w licytacjach, na których Spółka zakupiła

już kilka złotych medali.

W ubiegłym roku Spółka FFIL Śnieżka SA wylicytowała złote serduszko o nominalnej wartości 17 tys. zł.

GREAT ORCHESTRA OF CHRISTMAS CHARITY

Great Orchestra of Christmas Charity is one of the most important campaigns which the Company supports every year. Participation in this initiative is even more important for the Company as, similarly to its own programmes, it brings help to those who

are the closest to it, namely to sick children. The Company's participation in the Great Orchestra of Christmas Charity consists not only in helping with organisational affairs, supporting the local team or providing gadgets, but first of all in taking part in auc-

tions, at which the Company has already bought several golden medals. Last year the Company bought a golden heart with the nominal value of PLN 17 thousand at an auction.

FIRMA – PERSONEL

FFiL Śnieżka SA postrzega swoich pracowników jako cenny zasób i docenia ich wkład w dokonania firmy. Zgodnie z założeniem, że tylko w atmosferze zaufania i dialogu mogą się rodzić nowe pomysły i kreatywne rozwiązania, Spółka stawia na dobre relacje i komunikację między pracownikami.

Wyrazem otwartości na sugestie pracowników są m.in. regularnie przeprowadzane badania opinii pracowników, które miały miejsce także w 2012 roku. Podobnie jak w latach poprzednich, Spółka wykazała się dbałością o zapewnienie przyjaznych, bezpiecznych i godnych warunków pracy,

ochronę przed mobbingiem i transparentność zarządzania zasobami ludzkimi.

Spółka na bieżąco bada częstotliwość i znaczenie wypadków powodujących niezdolność do pracy oraz dba o stworzenie jak najlepszych warunków do pracy.



COMPANY – PERSONNEL

FFiL Śnieżka SA perceives its employees as a valuable resource and appreciate their contribution to the achievements of the Company. According to the assumption that new ideas and creative solutions may arise only in an atmosphere of trust and dialogue, the Company promotes good relations

and communication among employees. Its openness to employees' suggestions may be seen among other things in regularly conducted employee opinion surveys that were carried out in 2012. Similarly to previous years, the Company paid particular care to ensuring friendly, safe and fair working

conditions, protection against harassment and transparency in HR management.

The Company analyses the frequency and significance of accidents causing inability to work on a regular basis and takes care to create the best working conditions.

FIRMA – ŚRODOWISKO

FFiL Śnieżka SA zidentyfikowała i udokumentowała istotne obszary wpływu swojej działalności na środowisko oraz opracowała politykę środowiskową, której towarzyszą udokumentowane, mierzalne cele, które są na bieżąco monitorowane. Re-

gularnie Spółka prowadzi pomiar zużycia wody i prądu, recyklingu wody i wytwarzania ścieków, dąży do poprawy jakości w celu zmniejszenia wytwarzanych przy produkcji odpadów, proaktywnie wprowadza w życie nowe dyrektywy, a także prze-

prowadza ocenę, kontrolę i ewaluację swoich zakładów produkcyjnych aby zapewnić, że konsekwentnie przestrzegają one praw człowieka i utrzymują standardy ochrony środowiska zgodne z prawem regionalnym.



COMPANY – ENVIRONMENT

FFiL Śnieżka SA identified and documented significant areas in which its activities have an impact on the environment, and drew up an environmental policy with documented, measurable objectives monitored on a regular basis. The Company measures

on an ongoing basis consumption of water and electricity, water recycling and production of sewage, strives to improve quality in order to reduce waste generated during production, pro-actively implements new directives as well as assesses, controls and

evaluates its production units to ensure that they consistently respect human rights and maintain environmental protection standards in compliance with the regional law.

FIRMA – RYNEK

FFiL Śnieżka SA przestrzega zasad uczciwej konkurencji i działa zgodnie z przepisami określającymi zasady konkurencji na danym rynku. Spółka nigdy nie angażowała się ani nie angażuje w nielegalne ustalenia między konkurentami, takie jak zмовы cenowe, podział terytoriów lub rozdzielanie klientów, ani inne zakazane praktyki w rodzaju niezgodnej z prawem wymiany informacji. Chętnie natomiast dzieli się po-

siadaną przez siebie wiedzą, np. poprzez szkolenia produktowe, wsparcie nowatorskich metod ekspozycji produktów, czy pomoc w zarządzaniu kategorią. Prowadzi także etyczną działalność reklamową.

Pogłębianie poziomu satysfakcji klientów poprzez oferowanie produktów najwyższej jakości, to jedna z kluczowych zasad, przyświecających działaniom Spółki, która

wprowadza na rynek tylko produkty spełniające najwyższe normy jakości. Projektując swoje produkty Spółka przeprowadza ocenę, mającą zapewnić szeroko pojęte bezpieczeństwo użytkownika i / lub środowiska naturalnego. Odpowiedzialność firmy Śnieżka obejmuje pełen cykl życia produktu: od zaopatrzenia produkcji aż po wsparcie użytkownika końcowego.



COMPANY – MARKET

FFiL Śnieżka SA observes the rules of fair competition and operates in accordance with the provisions defining the rules of competition on a relevant market. The Company has never got involved in illegal agreements between competitors, such as price collusions, division of the territory or customers, or other prohibited practices such as unlawful exchange of information. However, it is willing to share its knowled-

ge, for instance through product trainings, supporting innovative product display methods or providing assistance in category management. It also carries out ethical advertising activities.

Increasing customer satisfaction by offering top quality products is one of key principles underpinning the activities of the Company, which releases only products meeting

the highest quality standards on the market. Developing its products, the Company carries out analyses to ensure widely understood user safety and/or environmental safety. The responsibility of the Śnieżka Company covers the entire product life cycle: from supplying production to supporting the end user.



Wykaz ważniejszych nagród i wyróżnień uzyskanych przez Śnieżkę w 2012 roku

Major awards and distinctions granted to Śnieżka in 2012



Nagrody i wyróżnienia przyznane FFIL Śnieżka SA w roku 2012, to m.in. wynik konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju. Różnorodność przyznanych nagród

świadczy o wszechstronności działań podejmowanych w różnych aspektach działalności firmy, są one m.in. wyrazem uznania dla wyników finansowych, zaufania, refe-

rencji dla marki a także zaangażowania w badania i rozwój, a tym samym w nowe technologie.

RANKING NAJCENNIJSZYCH POLSKICH MAREK

W roku 2012 FFIL Śnieżka SA podobnie jak w poprzednich latach znalazła się w Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek, który prezentuje 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. Wartość marki Śnieżka w roku 2012 wyniosła 87,2 mln zł, a więc o 2% więcej niż w poprzednim roku, kiedy została

ona oszacowana na poziomie 85,5 mln zł. W dziewiątej już odsłonie przygotowanego przez dziennik Rzeczpospolita zestawienia, znalazło się 330 rodzimych marek. Ich łączna wartość wyniosła ponad 57,5 mld zł, co oznacza niewielki, jednoprocentowy wzrost w porównaniu z poprzednim, spadkowym rokiem. Śnieżka uplasowała się również na korzystnej pozycji w rankingu najczęściej wybieranych marek, gdzie zajęła 50. miejsce. Zaszczytną, 25. pozy-

cję Śnieżka zajęła w kategorii obejmującej pozostałe produkty niespożywcze, co daje awans o 1 pozycję w porównaniu z 2011 rokiem. Wysoka pozycja marki w zestawieniach rankingu odzwierciedla siłę marki i jej mocną obecność na krajowym rynku. Spółka konsekwentnie realizuje swoją strategię rozwoju i oferuje wysokiej jakości produkty, które cieszą się uznaniem konsumentów.

Awards and distinctions granted to FFIL Śnieżka SA in 2012 are a result of a consistent execution of the development strategy. The diversity of awards granted proves

that the company undertakes comprehensive activities in various aspects. Moreover, these awards are an expression of recognition for the financial results, trust, referen-

ces for the brand as well as commitment to research and development and, as a result, new technologies.

RANKING OF MOST VALUABLE POLISH BRANDS

In 2012, FFIL Śnieżka SA, as in previous years, was found in the Ranking of Most Valuable Polish Brands, presenting business power of the most expensive, strongest, and most recognisable Polish brands. Being on 124 place in the ranking, Śnieżka advanced by 8 positions, comparing to last year. In 2012 the value of the Śnieżka brand amounted to PLN 87.2 million, so 2% more than in the previous year, when it was

estimated at PLN 85.5 million. The already ninth edition of the ranking prepared by the Rzeczpospolita daily comprised 330 domestic brands. Their combined value exceeded PLN 57.5 billion, which means a small increase of one per cent in comparison to the previous, downward year. Śnieżka also landed on a favourable position in the ranking of the most frequently chosen brands, in which it occupied position no. 50. Śnież-

ka landed on the honourable position no. 25 in the category of other non-food products, advancing by one position in comparison with 2011. A high position of the brand in the ranking reflects the strength of the brand and its strong presence on the domestic market. The Company consistently executes its development strategy and offers high quality products that enjoy popularity with customers.

LIDER NOWYCH TECHNOLOGII

FFiL Śnieżka SA została nagrodzona certyfikatem „Lider Nowych Technologii® 2012”. To prestiżowe wyróżnienie stanowi dowód uznania dla działań prowadzonych przez firmę i potwierdza najwyższy poziom technologiczny oferowanych przez nią rozwiązań. FFiL Śnieżka SA została doceniona przez Kapitułę Programu Lider Nowych Technologii® za całokształt prowadzonych przez siebie działań oraz za wdrażanie wyrobów nowej generacji. Certyfikat Lidera Nowych Technologii® 2012 wskazuje, że Śnieżka poprzez swoje innowacyjne rozwiązania, wyznacza nowe ścieżki rozwoju

i podnosi standardy panujące na rynku. Śnieżka, jako Lider Nowych Technologii® 2012, wysuwa się na czoło firm inwestujących w nowatorskie rozwiązania. Jednym z przykładów jest to, że Śnieżka, jako jedyny na polskim rynku producent w branży farb i lakierów, oferuje produkty wykorzystujące innowacyjną technologię Teflon® surface protector. Certyfikat Lidera Nowych Technologii® przekazywany jest w ramach Programu Lider Nowych Technologii®, promującego firmy inwestujące w nowatorskie rozwiązania. Nagroda, przyznawana przez Kapitułę Programu, we współpracy z niezależnymi ekspertami, motywuje do dalszego

działania i stanowi potwierdzenie przynależności do elitarnego grona dynamicznie rozwijających się firm.



LEADER OF NEW TECHNOLOGIES

FFiL Śnieżka SA was awarded the certificate „Leader of New Technologies® 2012”. This prestigious award is an expression of recognition for the activities carried out by the Company and it confirms the highest technological standard of its products. FFiL Śnieżka SA was also recognised by the Jury of the Programme „Leader of New Technologies®” for its entire activities and for implementing new generation products. The Certificate of the Leader of

New Technologies® 2012 shows that with its innovative solutions, Śnieżka sets new development directions and raises market standards. Śnieżka, as the Leader of New Technologies® 2012, moves to the forefront of companies investing in innovative solutions. For instance, Śnieżka is the only producer in the Polish segment of paints and varnishes that offers products using the innovative technology Teflon® surface protector. The Certificate of the Leader of

New Technologies was awarded within the Programme of the Leader of New Technologies® promoting companies investing in innovative solutions. The award, granted by the Programme Jury in cooperation with independent experts, motivates to undertake further activities and confirms the Companies' presence in an elite group of dynamically growing enterprises.



SUPERBRANDS 2013

Prestiżowe wyróżnienie Superbrands 2013 w kategorii remont i dekoracja stanowi potwierdzenie wizerunkowej siły Śnieżki i świadczy o jej przynależności do elitarnego grona najsilniejszych marek obecnych na polskim rynku, oferujących produkty i usługi najwyższej jakości, wykazujących się profesjonalizmem działań marketingowych. W projekcie Superbrands są oceniane i nagradzane nie firmy czy produkty, lecz marki oraz siła ich wizerunkowego oddziaływania na rynku. Tytuł stanowi więc uznanie dla działań marketingowych prowadzonych dla danej marki i odzwierciedla jej pozytywny odbiór oraz znajomość w oczach

konsumentów. Przyznanie Śnieżce tytułu Superbrands 2013 stanowi potwierdzenie konsekwencji działań prowadzonych w zakresie budowania siły i obrazu marki. To prestiżowe wyróżnienie świadczy o uznaniu nie tylko ekspertów, ale i konsumentów, do których firma kieruje swoje działania. Celem projektu Superbrands, obecnego w 87 krajach na świecie, jest promowanie idei brandingowej poprzez nagradzanie i opisywanie drogi do sukcesu najsilniejszych marek. Najlepsze pod względem wizerunkowym marki, obecne na rynku polskim wybierane są na podstawie badań konsumenckich przeprowadzanych na próbie

15000 osób, a także poprzez głosowanie Rady Marek – niezależnego grona skupiającego ekspertów z dziedziny marketingu.



SUPERBRANDS 2013

The prestigious award Superbrands 2013 in the category of renovations and decorations confirms the strength of Śnieżka's corporate identity and confirms its presence in the elite group of the strongest brands on the Polish market offering products and services of the highest quality and carrying out professional marketing activities. Within the Superbrands project not only companies or products are awarded, but brands and the strength of their impact on

the market. So this title is a recognition of brand marketing and shows its positive reception and awareness among customers. Awarding the Superbrands 2013 title to Śnieżka confirms the consistency of activities carried out in the scope of building power strength and image. This prestigious award points to recognition not only among experts, but also consumers, at whom the Company addresses its activities. The aim of the Superbrands project, carried out in

87 countries worldwide, is to promote the idea of branding by awarding and describing the path to success of the strongest brands. The strongest brands in terms of image present on the Polish market are selected on the basis of consumer research carried out on a sample of 15,000 people as well as votes of the Board of Brands, an independent group of marketing experts.

WYBÓR ROKU

Marka Śnieżka cieszy się uznaniem nie tylko w Polsce, ale również za granicą. Potwierdzeniem wysokiej jakości rozwiązań Śnieżki jest wyróżnienie przyznane już po raz siódmy w przeprowadzonym na Ukrainie Międzynarodowym Konkursie „Wybór Roku”. Marka Śnieżka nie miała sobie równych w odsłonie konkursu 2012 i już po raz siódmy zwyciężyła w kategorii „Producent roku w produkcji farb i lakierów”. W ramach konkursu Wybór Roku, realizowanego na Ukrainie od 12 lat, nagradzane są marki oferujące najwyższej jakości produkty i usługi oraz cieszące się największym zaufaniem odbiorców. Wyróżnienia w konkursie przyznawane są na podstawie oceny

konsumentów. Tytuł laureata Wybór Roku stanowi duże wyróżnienie i jednocześnie potwierdza silną pozycję marki Śnieżka na tym rynku. Nagroda jest bardzo cenna, gdyż wybór dokonywany był przez konsumentów. Głównym celem Międzynarodowego Konkursu „Wybór Roku” jest ocena i promowanie najlepszych produktów i usług na rynku ukraińskim. Konkurs cieszy się dużym zaufaniem społecznym – wybór producentów w poszczególnych kategoriach odbywa się w przejrzysty i obiektywny sposób. Laureaci wybierani są na podstawie ogólnokrajowych – ukraińskich badań preferencji konsumentów, które uwzględniają cechy jakościowe produktów i usług

oraz kompleksową ocenę ich pozycji na rynku. Przy przyznawaniu nagrody istotne są również opinie ekspertów i wiodących firm reklamowych, a także ocena członków wysokiego Jury i organizatorów konkursu.



CHOICE OF THE YEAR

The Śnieżka brand enjoys recognition not only in Poland, but also abroad. High quality of Śnieżka products is confirmed by the distinction awarded already for the seventh time in the „Choice of the Year” International Contest carried out in Ukraine. The Śnieżka brand proved unparalleled in the 2012 edition of the contest and received the best score in the category „Manufacturer of Paints and Varnishes of the Year”. The „Choice of the Year” contest, carried out in Ukraine for 12 years, awards brands offering the highest quality products and services

and enjoying the highest consumer trust. Awards in the contest are granted on the basis of consumer opinions. The „Choice of the Year” award is a major distinction and at the same time it confirms the strong position of the Śnieżka brand on this market. The award is really precious as the choice was made by consumers. The main objective of the „Choice of the Year” International Contest is to evaluate and promote the best products and services on the Ukrainian market. The contest enjoys significant social trust as manufacturers are chosen for

individual categories in a transparent and objective manner. Winners are chosen on the basis of national – Ukrainian consumer preference surveys that research quality of products and services and comprehensively evaluate the market position of products. The awards are also granted on the basis of opinions of experts and leading advertising companies as well as the evaluation of the Grand Jury and the contest organisers.

Otrzymane w roku 2012 nagrody i wyróżnienia nie tylko umacniają wizerunek marki Śnieżka na polskim i ukraińskim rynku, ale wskazują także na dbałość jaką wykazu-

je się Spółka zarówno w zakresie stałego podnoszenia jakości oferowanych produktów, innowacyjności, jak i profesjonalizacji działań nie tylko w zakresie procesów pro-

dukcyjnych, ale na wszystkich polach działalności Spółki.

The awards and distinctions granted in 2012 not only strengthen the corporate identity of the Śnieżka brand on the Polish and Ukrainian market, but also point to the

care taken by the Company both in terms of steadily improving the quality of the products offered, innovativeness and professionalism of its activities not only in the sco-

pe of production processes, but in all areas of the Company’s activities.

Oświadczenie spółki dominującej o stosowaniu ładu korporacyjnego

Declaration of the Parent Company on applying corporate governance standards



WSKAZANIE STOSOWANEGO ZBIORU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

W roku 2012 FFIL Śnieżka SA podlegała zbiorowi zasad ładu korporacyjnego określonego w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” stanowiącego załącznik do uchwały Nr 20/1287/2011

Rady Giełdy z dnia 19 października 2011 roku. Tekst zbioru zasad jest publicznie dostępny na stronie www.corp-gov.gpw.pl. Od dnia 1 stycznia 2013 roku FFIL Śnieżka SA podlega zbiorowi zasad ładu korporacyj-

nego określonego w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW” stanowiącego załącznik do uchwały Nr 19/1307/2012 Rady Giełdy z dnia 21 listopada 2012 roku.

WSKAZANIE ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO, OD KTÓRYCH ODSTĄPIONO

W ciągu 2012 roku emitent nie odstąpił od stosowania żadnej zasady. W Spółce funkcjonuje Komitet Audytu. W odniesieniu do zasady nr 10 w części IV, Spółka nie za-

pewniła akcjonariuszom możliwości udziału w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, jednakże zasada ta, zgodnie z zapisem

dokumentu Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW, może być stosowana najpóźniej od dnia 1 stycznia 2013 roku.

SET OF CORPORATE GOVERNANCE RULES IN USE

In 2012 FFIL Śnieżka SA was governed by a set of corporate governance rules as defined in the document “Code of Best Practice for WSE Listed Companies”, which forms an annex to resolution no. 20/1287/2011 of the Board of the Warsaw Stock Exchange

of 19 October 2011. The text of the set of rules is publicly available on the website www.corp-gov.gpw.pl. Since 1 January 2013 FFIL Śnieżka SA has been subject to the set of corporate governance rules defined in the document „Code of Best Practice

for WSE Listed Companies”, which forms an annex to resolution no. 19/1307/2012 of the Board of the Warsaw Stock Exchange of 21 November 2012.

WAIVED CORPORATE GOVERNANCE RULES

The issuer did not waive any rule in 2012. There is an Audit Committee operating at the Company. With respect to rule no. 10 in section IV, the Company failed to ena-

ble the Shareholders to attend the General Meeting using means of electronic communication, however, according to the provisions of the document „Code of Best

Practice for WSE Listed Company”, this rule may be applied from 1 January 2013 at the latest.

OPIS GŁÓWNYCH CECH SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SKONSOLIDOWANYCH SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Proces sporządzania sprawozdań finansowych jest prowadzony w oparciu o Międzynarodowe Standardy Rachunkowości, Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej, związane z nimi interpretacje ogłoszone w formie rozporządzeń Komisji Europejskiej, Ustawę o Rachunko-

wości (w obszarze nieuregulowanym przez MSR) oraz wewnętrzne procedury dotyczące sporządzania okresowych sprawozdań przekazywanych na GPW.

W zakresie kontroli wewnętrznej w Spółce zostało utworzone stanowisko rewidenta

zakładowego, a w odniesieniu do spółek Grupy Kapitałowej nadzór sprawuje Biuro Nadzoru Właścicielskiego. Dwa razy w ciągu roku przeprowadzany jest audyt wewnętrzny rachunku kosztów przez Dyrektora Ekonomicznego, Dyrektora Księgowości oraz Dyrektora Controllingu.

MAJOR CHARACTERISTICS OF SYSTEMS OF INTERNAL CONTROL AND RISK MANAGEMENT APPLICABLE TO THE PROCESS OF PREPARATION OF FINANCIAL STATEMENTS AND CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

Financial statements are drawn up on the basis of the International Accounting Standards, the International Financial Reporting Standards, interpretations related thereto published as regulations of the European Commission, the Accounting Act (in the

area not regulated by the IAS) as well as internal procedures concerning the preparation of interim reports submitted to the Warsaw Stock Exchange. A company auditor was appointed for internal control and the Corporate Governance Office supervises

the companies of the Capital Group. Costs are internally audited twice a year by the Director for Economics, the Chief Accountant and Chief Controlling Officer.



AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY ZNACZĄCE PAKIETY AKCJI

Podmioty (akcjonariusze) dysponujący bezpośrednio i pośrednio co najmniej 5% kapitału zakładowego Spółki oraz co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki przy ogólnej liczbie akcji 13 550 676 oraz ogólnej liczbie głosów 15 550 676

LARGE SHAREHOLDERS

The entities (shareholders) holding directly and indirectly at least 5% of the Company's share capital and at least 5% of the total number of votes at the General Meeting of Shareholders, given the total number of shares of 13,550,676 and the total number of votes of 15,550,676

Akcjonariusz Shareholder	Liczba posiadanych akcji Number of owned shares	Udział w kapitale Zakładowym (%) Share in the share capital (%)	Liczba głosów Number of votes	Udział w ogólnej liczbie głosów na WZA (%) Share in the total number votes at the General Shareholder's Meeting (%)
Jerzy Pater*	2 541 667	18,76	3 208 335	20,63
	w tym bezpośrednio / including directly 166 667	1,23	833 335	5,36
Stanisław Cymbor**	2 541 667	18,76	3 208 335	20,63
	w tym bezpośrednio / including directly 166 667	1,23	833 335	5,36
Piotr Mikrut	bepośrednio / directly 1 254 166	9,26	1 787 498	11,49
Rafał Mikrut	bepośrednio / directly 1 254 167	9,26	1 254 167	8,07
AMPLICO OFE PENSION FUND AMPLICO OFE*	1 710 696	12,62	1 710 696	11,00
AVIVA OFE AVIVA BZ WBK AVIVA OFE AVIVA BZ WBK	781 669	5,03	781 669	5,77
ŚNIEŻKA SA AKCJE WŁASNE ŚNIEŻKA SA EQUITY SHARES	932 898	6,88	932 898	6,00

* Jerzy Pater posiada akcje Emitenta pośrednio poprzez spółkę „PPHU Elżbieta i Jerzy Pater” Sp. z o.o. („PPHU Elżbieta i Jerzy Pater” Sp. z o.o. posiada akcje emitenta w liczbie 2 375 000 sztuk co daje 17,53% udziału w kapitale zakładowym i 15,27% udziału w ogólnej liczbie głosów na WZA).

** Stanisław Cymbor posiada akcje Emitenta pośrednio poprzez spółkę „PPHU Iwona i Stanisław Cymbor” Sp. z o.o. („PPHU Iwona i Stanisław Cymbor” Sp. z o.o. posiada akcje emitenta w liczbie 2 375 000 sztuk co daje 17,53% udziału w kapitale zakładowym i 15,27% udziału w ogólnej liczbie głosów na WZA).

W 2012 roku Spółka nabyła 932 898 akcji własnych w celu umorzenia. Akcje te nie uczestniczą w podziale dywidendy, z akcji własnych nie jest wykonywane również prawo głosu.

W dniu 15 stycznia 2013 roku Spółka otrzymała zawiadomienie o objęciu przez Aviva Otwarty Fundusz Emerytalny Aviva BZ WBK znacznego pakietu akcji w wysokości 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki FFIL Śnieżka SA. W wyniku transakcji nabycia akcji spółki FFIL Śnieżka SA („Spółka”) z siedzibą w Lubzinie, zawartych w dniu 8 stycznia 2013 roku, Aviva Otwarty Fundusz Emerytalny Aviva BZ WBK („Aviva OFE”) zwiększył udział w ogólnej liczbie głosów w Spółce powyżej 5%.

Przed rozliczeniem wyżej wymienionych transakcji na dzień 10 stycznia 2013 roku Aviva OFE posiadał 771.524 sztuk akcji Spółki, stanowiących 5,69% kapitału zakładowego (wyemitowanych akcji) Spółki i uprawniających do 771.524 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowiło 4,96% ogólnej liczby głosów. Po zawarciu i rozliczeniu transakcji, o których mowa powyżej, na dzień 11 stycznia 2013 roku Aviva OFE posiadał 781.669 sztuk akcji Spółki, stanowiących 5,77% kapitału zakładowego (liczby wyemitowanych akcji) Spółki i uprawniających do 781.669 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowiło 5,03% ogólnej liczby głosów.

* Jerzy Pater holds the Issuer's shares indirectly via PPHU Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o. (PPHU Elżbieta i Jerzy Pater Sp. z o.o. holds 2,375,000 shares of the Issuer, giving the holder 17.53% share in the share capital and 15.27% share in the total votes at the General Meeting of Shareholders).

** Stanisław Cymbor holds the Issuer's shares indirectly via PPHU Iwona i Stanisław Cymbor Sp. z o.o. (PPHU Iwona i Stanisław Cymbor Sp. z o.o. holds 2,375,000 shares of the Issuer, giving the holder 17.53% share in the share capital and 15.27% share in the total votes at the General Meeting of Shareholders).

In 2012 the Company purchased 932,898 equity shares for redemption. These shares do not participate in the distribution of the dividend, voting rights are not exercised on equity shares either.

On 15 January 2013 the Company received a notification that Aviva Otwarty Fundusz Emerytalny Aviva BZ WBK had acquired a significant interest of 5% votes at the General Meeting of FFIL Śnieżka SA As a result of transactions of purchasing shares of FFIL Śnieżka SA („Company”) with its registered office in Lubzina concluded on 8 January 2013, Aviva Otwarty Fundusz Emerytalny Aviva BZ WBK („Aviva OFE”) increased its share in the total number of votes at the Company to over 5%.

Before the settlement of the above-mentioned transactions, as of 10 January 2013 Aviva OFE held 771,524 shares in the Company, representing 5.69% of the share capital (issued shares) of the Company entitling to 771,524 votes at the General Meeting, which constituted 4.96% of the total number of votes.

After the settlement of the above-mentioned transactions, as of 11 January 2013 Aviva OFE held 781,669 shares in the Company, representing 5.77% of the share capital (issued shares) of the Company entitling to 781,669 votes at the General Meeting, which constituted 5.03% of the total number of votes.



AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY SZCZEGÓLNE UPRAWNIENIA KONTROLNE

Zgodnie ze statutem emitenta akcje serii A dają prawo do wskazania Członka Rady Nadzorczej w ten sposób, że na każde 25 000 akcji przypada prawo wskazania 1 Członka Rady Nadzorczej.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania posiadaczami akcji serii A byli:

Pan Stanisław Cymbor	33 334 sztuk akcji serii A
Pan Jerzy Pater	33 333 sztuk akcji serii A
Pan Stanisław Mikrut	33 333 sztuk akcji serii A

OGRANICZENIA DOTYCZĄCE WYKONYWANIA PRAWA GŁOSU

W Grupie nie występują ograniczenia odnośnie wykonywania prawa głosu.

OGRANICZENIA DOTYCZĄCE PRZENOSZENIA PRAW WŁASNOŚCI PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH

Ograniczenia dotyczące przenoszenia praw własności papierów wartościowych emitenta dotyczą posiadaczy akcji imiennych uprzywilejowanych FFIL Śnieżka SA. Zbycie pod jakimkolwiek tytułem prawnym akcji imiennych uprzywilejowanych lub ich zamiana na akcje na okaziciela, wymaga wcześniejszego złożenia wszystkim akcjonariuszom posiadającym akcje serii A przez akcjonariusza zainteresowanego zbyciem lub zamianą na akcje na okaziciela oferty nabycia akcji.

ZASADY DOTYCZĄCE POWOŁYWANIA I ODWOŁYWANIA OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH ORAZ ICH UPRAWNIENI

W Spółce, zgodnie ze statutem, Rada Nadzorcza powołuje Prezesa Zarządu oraz na wniosek Prezesa Zarządu pozostałych Członków Zarządu, a także odwołuje poszczególnych jego członków. Podjęcie decyzji o emisji lub wykupie akcji wymaga zgody Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy.

SHAREHOLDERS WITH SPECIAL CONTROLLING RIGHTS

In accordance with the issuer's Articles of Association, Series A shares entitle their holder to indicate a member of the Supervisory Board in such a way that each 25,000 of shares bear the right to indicate one such member.

As of the date this report was prepared, the following persons held series A shares:

Mr Stanisław Cymbor	33,334 series A shares
Mr Jerzy Pater	33,333 series A shares
Mr Stanisław Mikrut	33,333 series A shares

RESTRICTIONS ON EXERCISING THE VOTING RIGHTS

In the Group there are no restrictions on exercising voting rights.

RESTRICTIONS ON THE TRANSFER OF SECURITY OWNERSHIP

There are restrictions on the transfer of security ownership for holders of registered preference shares of FFIL Śnieżka SA. Before selling registered preference shares or before converting them to bearer shares, a given shareholder has to make a purchase offer for these shares to all shareholders with Series A shares.

RULES FOR APPOINTING AND DISMISSING MANAGERIAL AND SUPERVISORY STAFF, AND ESTABLISHING AND REVOKING THEIR RIGHTS

In accordance with the Articles of Association, the Company's Supervisory Board appoints the President of the Management Board and other members of the Management Board as well as dismisses members of the Management Board. Issuance or redemption of shares requires acceptance from the General Meeting of Shareholders.

OPIS ZASAD ZMIANY STATUTU SPÓŁKI DOMINUJĄCEJ

Zmiana Statutu lub Umowy Spółki emitenta wymaga zgody Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy

SPOSÓB DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA, JEGO ZASADNICZE UPRAWNIENIA ORAZ OPIS PRAW AKCJONARIUSZY I SPOSOBU ICH WYKONYWANIA

Sposób działania walnego zgromadzenia określa Regulamin Walnego Zgromadzenia opublikowany na stronie internetowej emitenta. Opis praw akcjonariuszy i sposobu ich wykonywania zawiera Statut Spółki.

AMENDMENTS TO THE ARTICLES OF ASSOCIATION OF THE PARENT COMPANY

Amending the Articles of Association or the Company Deed of Formation requires acceptance from the General Meeting of Shareholders.

PROCEDURES AND BASIC RIGHTS OF THE GENERAL MEETING, DESCRIPTION OF THE RIGHTS OF SHAREHOLDERS AND WAYS OF THEIR EXERCISING

Procedures of the General Meeting are defined in the Regulations of the General Meeting posted on the Issuer's website. Shareholders' rights and ways of their exercising may be found in the Company's Articles of Association.



Podstawowe ryzyka Risk and threat factors



RYZIKO ZWIĄZANE Z SYTUACJĄ MAKROEKONOMICZNĄ RYNKÓW GRUPY KAPITAŁOWEJ

W działalności Grupy Kapitałowej Śnieżka ważną rolę odgrywa ryzyko makroekonomiczne, w tym najważniejsze – związane z sytuacją w Polsce, na Ukrainie oraz Białorusi.

Z punktu widzenia Grupy istotnymi składowymi tego ryzyka w Polsce są możliwe wzrosty cen surowców na rynkach oraz osłabienie kursu złotego w relacji do euro. Dla rozwoju rynku materiałów budowlanych duże znaczenie ma liczba nowych mieszkań i pozwoleń na budowę, ponieważ zwiększa popyt na takie wyroby, w tym farby, a także powoduje większy ruch na rynku wtórnym nieruchomości i związaną

z tym częstotliwość remontów. Potencjalne ograniczenia popytu, które mają aktualnie miejsce w Polsce mogą powodować trudności w uzyskaniu kredytów hipotecznych i konsumenckich. Niestabilna sytuacja makroekonomiczna na rynkach finansowych również nie sprzyja skłonności konsumentów do wydatków inwestycyjnych, w tym nakładów remontowych.

Ryzyko rynku ukraińskiego również jest związane z możliwym ograniczeniem popytu i wzrostem cen surowców. Ważną rolę odgrywa ryzyko osłabienia kursu hrywny, ponieważ od grudnia 2008 roku kurs tej waluty do dolara amerykańskiego pozostaje

stały i w każdej chwili może nastąpić dewaluacja. W celu zmniejszenia ryzyka wystąpienia dewaluacji hrywny, spółka Śnieżka Ukraina Sp. z o.o. zaciągnęła w 2012 roku kredyt nominowany w walucie ukraińskiej i spłaciła pożyczkę od FFIL Śnieżka SA nominowaną w USD.

Sytuacja makroekonomiczna Białorusi ciągle jest niestabilna. Nie jest wykluczone osłabianie się waluty białoruskiej, mogą również wystąpić trudności w nabywaniu obcych walut co destabilizuje eksport do Białorusi.

RISK RELATED TO THE MACROECONOMIC SITUATION ON THE MARKETS OF THE CAPITAL GROUP

The business of the Śnieżka Capital Group is strongly influenced by the macroeconomic risk, the most important of which is that related to the situation in Poland, Ukraine and Belarus.

From the Group's perspective, important components of this risk in Poland include potential hikes of raw material prices on markets and a weakening exchange rate of the zloty to the euro. The development of the building materials market is greatly influenced by the number of new apartments and building permits because they lead to an increase in the demand for building materials, such as paints, and greater ac-

tivity in the secondary real property market and the related frequency of renovations. Potential reductions of the demand may cause difficulties obtaining mortgage and consumer loans, which may currently be observed in Poland. Similarly, the unstable macroeconomic situation on financial markets does not encourage consumers to make capital expenditures and to spend money on renovations.

The risk present in the Ukrainian market is also related to a potential decrease in demand and increase in raw material prices. The risk of a weakening exchange rate of the hryvnia plays an important role as since

December 2008 the exchange rate of this currency to the US dollar has remained stable and devaluation may occur at any moment. To constrain the risk of hryvnia devaluation, in 2012 Śnieżka Ukraina Sp. z o.o. incurred a loan denominated in the Ukrainian currency and repaid a borrowing from FFIL Śnieżka denominated in the US dollar.

The macroeconomic situation of Belarus remains unstable. It cannot be ruled out that the Belarussian currency will weaken, moreover, difficulties may occur in buying foreign currencies, which would destabilise export to Belarus.

RYZIKO ZWIĄZANE Z KONKURENCJĄ

Działalność prowadzona przez Grupę narażona jest na dużą konkurencję ze strony podmiotów operujących na poszczególnych rynkach. Największymi konkurentami dla Grupy na rynku polskim są: PPG Deco Polska Sp. z o.o., Akzo Nobel Coatings Sp. z o.o. oraz Tikkurila Polska SA. Z jednej strony na rynku są obecne duże renomowane firmy międzynarodowe, a z drugiej

– ma miejsce silna konkurencja cenowa ze strony małych, lokalnych podmiotów. Pojawienie się nowego podmiotu produkującego farby jest możliwe, jednak wykreowanie nowej marki, z silną pozycją rynkową, jest bardzo trudne i wymaga dużych nakładów finansowych. W związku z tym Spółka dominująca przewiduje, że nowa konkurencja na rynku mogłaby się pojawić głównie

w wyniku przekształceń własnościowych. W roku 2012 na rynku producentów farb i lakierów doszło do finalizacji akwizycji – PPG Industries ogłosiło finalizację zakupu spółki Dyrup A/S od jej dotychczasowego właściciela, koncernu Monberg & Thorsen (w roku 2010 Dyrup A/S kupił 100% udziałów polskiego producenta farb i tynków – firmy Malfarb).

COMPETITION RISK

The Group's business is exposed to intense competition on the part of companies operating on particular markets. On the Polish market the Group faces the strongest competition from: PPG Deco Polska Sp. z o.o., Akzo Nobel Coatings Sp. z o.o. and Tikkurila Polska SA. On the one hand big renowned multinational companies are present on the market, while on the other small

local entities compete strongly on price. It is possible that a new paint producer could enter the market, however, it is very difficult to create a new brand with a strong market position and it would require huge financial outlays. Therefore, the Parent Company anticipates that new competition could emerge on the market mainly as a result of ownership transformations. In 2012 several

acquisitions were performed on the paint and varnish market, for instance PPG Industries announced finalisation of the acquisition of Dyrup A/S from its then owner, the Monberg&Thorsen conglomerate (in 2010 Dyrup A/S acquired 100% shares of the Polish paint and plaster manufacturer Malfarb).



Na rynku ukraińskim działalność Grupy podlega konkurencji, tak ze strony podmiotów ukraińskich, jak i zagranicznych. Największymi konkurentami dla Grupy są: Ganza Ukraina Sp. o.o. (marka Dufa), ZIP Sp. z o.o. (marki Triora, Zebra) Tikkurila Sp. z o.o. (marki Tikkurila, Kolorit), Caparol Ukraina (marki Caparol, Alpina) oraz Akzo Nobel (marki Sadolin, Pinotex). Na rynku ukraińskim coraz większą aktywność wykazują duże renomowane firmy międzynarodowe.

Na rynku białoruskim najwięksi konkurenci Grupy w segmencie farb emulsyjnych

to marki Alpina (grupa Caparol) i Condor (grupa Eskaro) oraz Lidskije Kraski, zaś w segmencie mas szpachlowych to marki: Ceresit (grupa Henkel) oraz Tajfun (grupa Atlas). W przypadku wyrobów emulsyjnych istotną konkurencją stanowią produkty Alpina, w tym farby dostępne w systemie kolorowania. Spółka dominująca stara się minimalizować to ryzyko poprzez wejście na rynek białoruski z ofertą farb w gotowych kolorach – Śnieżka Nature, która stanowi alternatywę dla kolorów uzyskiwanych z systemu kolorowania. Jeśli chodzi o wyroby ochrony drewna to głównym konkurentem dla wyrobów Grupy są tu produkty

marki Pinotex (Akzo Nobel).

Grupa monitoruje działania konkurentów, tak na rynku polskim, jak na rynkach zagranicznych. W 2012 roku większość konkurentów rynkowych Grupy prowadziła mniej lub bardziej intensywne działania promocyjno-reklamowe, które mogły stanowić zagrożenie dla pozycji marek z portfolio Grupy. Przygotowane kampanie reklamowe i inne działania wspierające sprzedaż stanowiły odpowiednie wsparcie dla produktów sprzedawanych przez Grupę Kapitałową.

RYZIKO ZWIĄZANE Z KANAŁAMI DYSTRYBUCJI

W 2012 roku dystrybucja wyrobów Grupy Kapitałowej w głównej mierze opierała się na tradycyjnym modelu dystrybucji (fabryka – hurtownia – sklepy, firmy budowlane – klient ostateczny).

W omawianym okresie szczególne znaczenie dla Spółki dominującej, jak i jednego

z jej konkurentów, miał ostatni szczebel dystrybucji – sklepy detaliczne. W związku z tym Spółka dominująca na rynku polskim kontynuowała działania związane z wdrażaniem nowej koncepcji sklepów i salonów partnerskich, co doprowadziło do zmniejszenia ryzyka utraty najlepszych klientów w poszczególnych regionach. Na rynku farb

i lakierów swoją pozycję umocniły sieci marketów budowlanych, w których to produkty Spółki są coraz szerzej obecne.

Spółka kontynuuje współpracę z sieciami Leroy Merlin, OBI, Castorama, MGI Polska Sp. z o.o. (właściciel sieci Brico Marche), Nomi, Praktiker oraz Saint Gobain.

In the Ukrainian market, the Group's business is exposed to competition on the part of Ukrainian and international companies. The Group faces the strongest competition from: Ganza Ukraina Sp. z o.o. (Dufa brand), ZIP Sp. z o.o. (Triora, Zebra brands) Tikkurila Sp. z o.o. (Tikkurila, Kolorit brands), Caparol Ukraina (Caparol, Alpina brands) and Akzo Nobel (Sadolin, Pinotex brands). Large multinationals are becoming increasingly active on the Ukrainian market.

On the Belarussian market in the segment of emulsion paints the Group faces such

competitors as Alpina brand (Caparol group), Condor brand (Eskaro group) and Lidskije Kraski, while in the segment of putty the main competitors are: Ceresit (Henkel group) and Tajfun (Atlas group). In the area of emulsion products, Alpina products, including those available in the colouring system, are serious competition. The Parent Company attempts to minimise this risk by introducing Śnieżka Nature paints in ready-to-use colours to the Belarussian market as an alternative to colours produced with the colouring system. In the area of wood preservation products, the Group competes against products under the Pinotex brand

(Akzo Nobel).

The Group monitors its competitors in Poland and on foreign markets. In 2012 most of the Group's market competitors engaged, to a varying extent, in marketing and advertising activity, which may threaten the position of the Group's brand portfolio. Advertising campaigns and other activities to promote sales provided adequate support for the products sold by the Capital Group.

DISTRIBUTION CHANNEL RISK

In 2012 the distribution of the Capital Group's products largely followed the traditional model (plant – wholesaler – shops – construction companies – final customer). During the reporting period the last distribution level, i.e. retail shops, was particularly

significant for the Parent Company and one of its competitors. As a result, the Parent Company on the Polish market continued its activities connected with implementing a new concept of partner stores and showrooms, which helped reduce the risk of

losing the best customers in particular regions. DIY stores, where the Company's range of products is expanding, held a stronger position on the market of paints and varnishes. The Company continues to work together with Leroy Merlin, OBI, Ca-

W kanale nowoczesnym (sieci marketów DIY) zauważalny jest zwiększony udział marek własnych, dlatego Spółka dominująca jako producent podejmuje współpracę w tym zakresie z niektórymi sieciami. Zapopatrywanie różnych kanałów dystrybucji jest jednym z założeń strategii wzrostu sprzedaży Spółki, a jednocześnie minima-

lizuje ryzyko związane ze zbyt dużym uzależnieniem się od jednej grupy odbiorców.

Na rynku farb i lakierów na Ukrainie dominuje tradycyjny model dystrybucji, niemniej jednak rola sieci marketów budowlanych z roku na rok jest coraz większa. Grupa także na rynku ukraińskim stara się elimi-

nować ryzyko uzależnienia się od jednego z kanałów dystrybucji stosując politykę ich dywersyfikacji. Spółka dominująca bezpośrednio dostarczała wyroby do głównych sieci marketów budowlanych: Epicentr, Now Linia, Leroy Merlin, OBI. Lokalne markety zaopatrywane są przez dystrybutorów spółki Śnieżka Ukraina.

storama, MGI Polska Sp. z o.o. (owner of the Brico Marche chain), Nomi, Praktiker and Saint Gobain chains.

In the modern channel (DIY store chains) an increased share of private labels may be observed, therefore, the Parent Company as a producer establishes cooperation with certain chains in this scope. Supplying products to various distribution channels is

one of the assumptions of the sales growth strategy adopted by the Company and at the same time it minimises the risk of overdependence on one group of customers.

The Ukrainian paints and varnishes market is dominated by the traditional distribution model but DIY chains are becoming more important players year by year. In order to eliminate the risk of overdependence on a

single distribution channel on the Ukrainian market, the Company's policy involves diversifying the channels. The Parent Company supplied products directly to the largest DIY chains: Epicentr, Now Linia, Leroy Merlin, OBI. Local retail chains are supplied by the distributors of Śnieżka Ukraina.



RYZIKO FINANSOWE I WALUTOWE

Grupa Kapitałowa Śnieżka w swojej działalności jest narażona zarówno na ryzyko zmiany kursów walut, jak i ryzyko stopy procentowej. Spółka dominująca importuje surowce używane do produkcji farb i lakierów nominowane w euro, eksport natomiast realizuje do krajów Europy Wschodniej (Ukraina, Białoruś, Mołdawia, Rosja, Gruzja, Kirgistan), 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 dominującej

jest jak najniższy kurs EUR/USD, obniżający koszty surowcowe i maksymalizujący wpływy eksportowe.

W Grupie na bieżąco jest prowadzona analiza ryzyka walutowego. Obecnie spółka dominująca korzysta z kredytu walutowego w USD w wysokości 15 mln USD, który służy zabezpieczeniu posiadanych kapitałów w spółkach zależnych na Ukrainie i Białorusi oraz zminimalizowaniu niekorzystnych różnic kursowych z wpływów eksportowych. W 2012 roku Spółka dominująca nie stosowała i obecnie również nie zawiera

długoterminowych zabezpieczeń w postaci pochodnych instrumentów finansowych takich jak opcje, kontrakty forward, futures czy też swap.

Ze względu na wysokość długu bankowego Grupy Kapitałowej Śnieżka ważnym elementem jest ryzyko stopy procentowej. Korzystanie z kredytu nominowanego w walucie USD umożliwia obniżenie tej stopy procentowej z powodu niższej stopy Libor USD w porównaniu ze stopą WIBOR dla PLN.



FINANCIAL AND FX RISK

The business of the Śnieżka Capital Group is exposed to the risk of changing exchange and interest rates. The Parent Company imports the raw materials for manufacturing paints and varnishes and pays for them in EUR, while its main exports are to Eastern European countries (Ukraine, Belarus, Moldova, Russia, Georgia, Kyrgyzstan), where the main settlement currency is the US dollar. Consequently, the Company is exposed to the risk resulting from the change of the EUR/USD exchange rate and the relation of both currencies to the Polish zloty. The

most advantageous scenario for the Parent Company is the EUR/USD rate as low as possible, which decreases the costs of raw materials and maximises proceeds from export.

The Group constantly analyses the FX risk. At present, the Parent Company uses a foreign currency loan in USD amounting to USD 15 million, which secures the capital held in subsidiaries in Ukraine and Belarus and minimises disadvantageous foreign exchange differences on export proceeds.

In 2012, the Parent Company did conclude long-term hedging transactions in the form of derivatives, such as options, forward, future or swap contracts.

Due to the high volume of the bank loans of the Śnieżka Capital Group, the interest rate risk is considerable. Using a loan denominated in USD makes it possible to decrease this interest rate due to the lower LIBOR USD in comparison to WIBOR for PLN.



RYZIKO ZWIĄZANE Z KONTROLĄ NALEŻNOŚCI

Dzięki podjętym w poprzednich latach krokom, mającym na celu ograniczenie ryzyka i zagrożeń związanych z kontrolą należności, rok 2012 w Grupie Kapitałowej Śnieżka w tej kwestii należy uznać za satysfakcjonujący, co ma szczególne znaczenie w kontekście kryzysu w szeroko rozumianej branży budowlanej. W omawianym okresie nie zanotowano istotnych negatywnych zdarzeń określonych stratami należności, szkodami ubezpieczeniowymi.

Spółka dominująca realizowała program współpracy z dystrybutorami, oparty na jasnych, klarownych zasadach premiowania terminowego regulowania należności. Nadmienić należy, że poprawa tzw. „moralności płatniczej” nie miała wpływu na generowane obroty handlowe z odbiorcami. Grupa na bieżąco, prowadziła analizy pojawiających się niepokojących zjawisk na rynkach, w których oferuje swoje wyroby i stosuje odpowiednie środki przeciwdzia-

łania (zabezpieczenia w postaci hipotek; deklaracji wekslowych, itp.). Równocześnie należności Grupy – krajowe i zagraniczne nadal objęte są ubezpieczeniem u wiodących firm świadczących tego typu usługi.

Obrona przez Grupę Kapitałową polityka minimalizowania zagrożeń związanych z kontrolą należności będzie konsekwentnie kontynuowana w kolejnych latach działalności Grupy Kapitałowej.

RYZIKO SUROWCOWE

Podstawowe ryzyka oraz zagrożenia Grupy w dziedzinie zaopatrzenia związane są przede wszystkim z:

- wzrostem cen surowców
- wzrostem ceł
- niekorzystną zmianą kursu walut
- wzrostem kosztów transportów surowców

- chwilowym lub długotrwałym ograniczonym dostępem do surowców
- wzrostem notowań ceny ropy naftowej

Analizując 2012 rok w zakresie zaopatrzenia można uznać, iż po trudnym 2011 roku nastąpiła stabilizacja cenowa surowców, materiałów technicznych oraz poprawa

sytuacji w zakresie ich dostępności. Szczególną uwagę należy zwrócić na poprawę podaży bieli tytanowej, której ceny, jak i poziom realizacji zamówień można uznać za zadowalający.

RISK RELATED TO RECEIVABLES MONITORING

Thanks to the measures undertaken in previous years with the aim of constraining the risk and threats related to receivables monitoring, year 2012 should be regarded as satisfactory in this scope for the Śnieżka Capital Group, which is of special importance in the context of the crisis in broadly defined construction sector. During the reporting period no significant negative events were observed, such as losses of receivables or loss events.

The Parent Company carried out a programme of cooperating with distributors based on clear rules of awarding bonuses for timely payment of amounts due. It should be stressed that an improvement of the so called „payment morality” did not influence trade flows generated with customers.

The Group regularly analysed alarming events occurring on the markets on which it sells its products and undertakes appropriate prevention measures (security in the

form of mortgages, bill of exchange agreements, etc.). At the same time receivables of the Group, both domestic and foreign, are still insured at leading companies providing such services.

The policy of minimising threats related to receivables monitoring adopted by the Capital Group will be consistently performed in the coming years of the Capital Group's activities.

RAW MATERIAL RISK

Basic risks and threats of the Group in the scope of supply are related first of all to:

- hikes of raw material prices
- hikes of custom duties
- unfavourable changes of foreign exchange rates

- hikes of raw material transport costs
- temporary or long-term restrictions in access to raw materials
- hikes of petroleum prices

Analysing 2012 in the scope of supplies, it may be concluded that after a difficult year

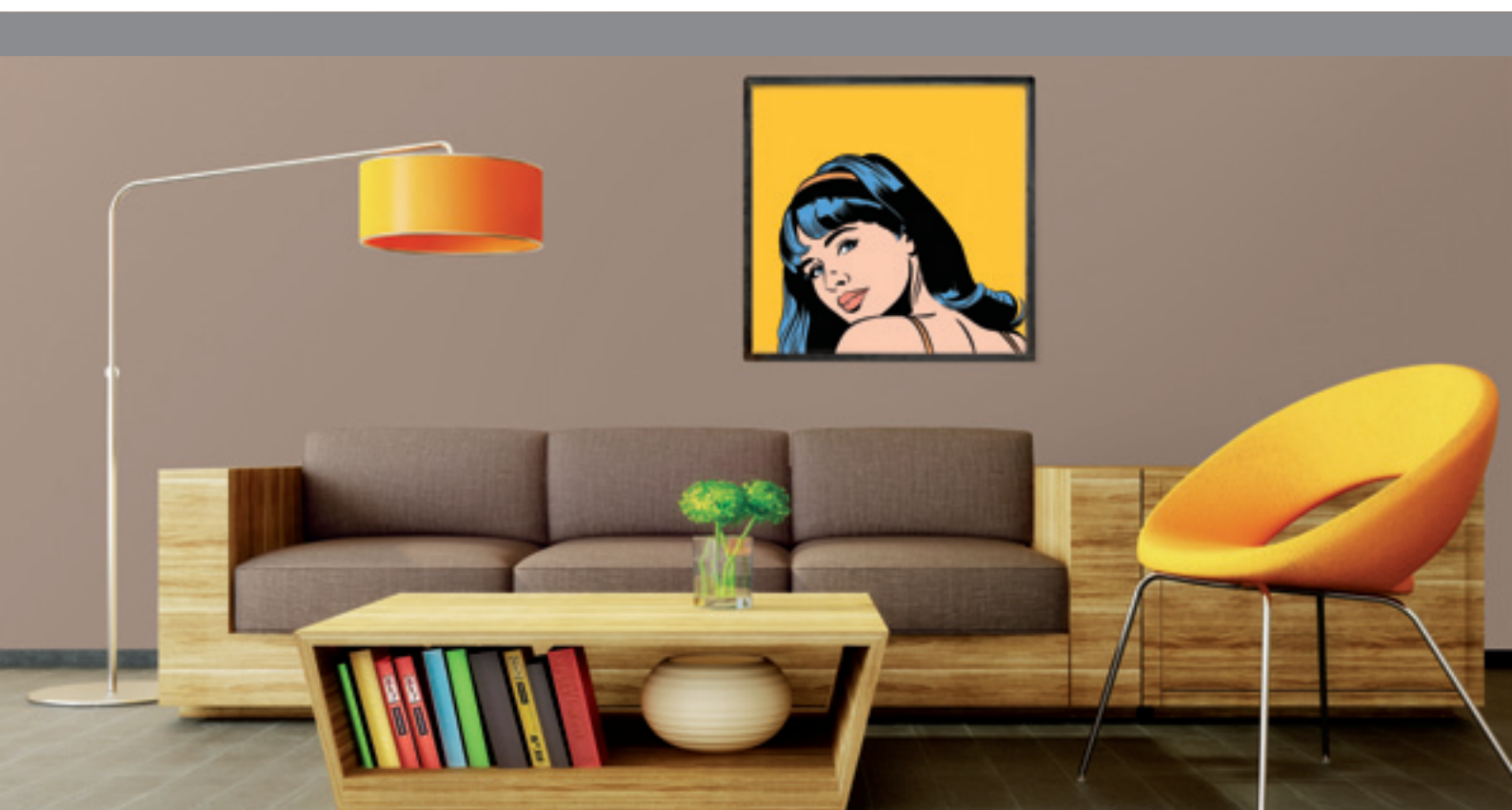
2011 prices of raw materials and technical materials stabilised, and their availability improved. Special attention should be paid to an improved supply of titanium white whose prices and order performance may be regarded as satisfactory.

RYZIKO NIEKORZYSTNYCH ZMIAN PRZEPISÓW PODATKOWYCH

Prowadzenie działalności gospodarczej, przy ciągle zmieniających się przepisach podatkowych, staje się dla przedsiębiorcy coraz bardziej ryzykowne. Przepisy polskiego systemu podatkowego, na które mają wpływ niespójne interpretacje prawa podatkowego, mogą powodować ryzyko w zakresie podejmowanych przez Spółkę dominującą decyzji biznesowych ze względu na brak możliwości przewidzenia jednoli-

tych skutków podatkowych dla konkretnych transakcji. Istnieje konieczność bieżącego monitorowania zmian przepisów podatkowych, jak również szybkiego reagowania na te zmiany, poprzez odpowiednie dostosowanie wewnętrznych procedur podatkowych, zatrudnianie wykwalifikowanych pracowników odpowiedzialnych za rozliczenia podatkowe oraz prawidłowo skonstruowanych funkcji podatkowych w systemach

informatycznych. Rozpoznanie, analiza oraz dążenie do minimalizacji tego ryzyka powinny stanowić nieodłączny element zarządzania firmą, który w dużej mierze powinien wpłynąć na kierunek podejmowanych działań, ażeby nie narazić podatnika na zaległości podatkowe oraz związane z tym odsetki, ewentualne kary i sankcje podatkowe.



RISK OF UNFAVOURABLE CHANGES OF TAX REGULATIONS

It is increasingly more risky for the enterprise to carry out business activities with constantly changing tax regulations. Provisions of the Polish tax system, which are influenced by inconsistent interpretations of the tax law, may cause a risk in the scope of business decisions made by the Parent Company as it is impossible to foresee cle-

ar tax effects for particular transactions. It is necessary to monitor changes in tax regulations on a regular basis as well as respond promptly to such changes by appropriately adjusting internal tax procedures, employing highly qualified staff responsible for tax settlements and constructing correct tax functions in IT systems. Identification,

analysis and striving to minimise this risk should constitute an inherent element of company management, which to a large extent should influence the direction of measures undertaken in order not to expose the taxpayer to tax arrears and resulting interest, potential fines and tax sanctions.

Relacje inwestorskie Investor relations



Spółka prowadzi stronę internetową poświęconą relacjom inwestorskim www.inwestor.sniezka.pl, w języku polskim i angielskim. Znajdują się na niej wszelkie informacje korporacyjne i finansowe, jak również m.in.: raporty bieżące i okresowe oraz prezentacje.

Kontakt do sekcji relacji inwestorskich:

Ryszard Stachnik
Tel. +48 14 680 54 65
Tel. Kom. +48 507 143 189
Fax +48 14 680 54 14
e-mail: ryszard.stachnik@sniezka.com

Aleksandra Małozieć
Tel. +48 14 680 54 83
Tel. Kom. +48 667 660 399
Fax +48 14 680 54 14
e-mail: aleksandra.maloziec@sniezka.com

The company operates a website for investor relations at www.inwestor.sniezka.pl in Polish and in English, where you can find all kinds of corporate news, financial information, current and period reports and presentations.

Contact for the investor relations section:

Ryszard Stachnik
Tel. +48 14 680 54 65
Mob. +48 507 143 189
Fax +48 14 680 54 14
e-mail: ryszard.stachnik@sniezka.com

Aleksandra Małozieć
Tel. +48 14 680 54 83
Mob. +48 667 660 399
Fax +48 14 680 54 14
e-mail: aleksandra.maloziec@sniezka.com

OPINIA NIEZALEŻNEGO BIEGŁEGO REWIDENTA

DLA WALNEGO ZGROMADZENIA ORAZ RADY NADZORCZEJ FABRYKI FARB I LAKIERÓW „ŚNIEŻKA” S.A.

- Przeprowadziliśmy badanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego grupy kapitałowej Fabryka Farb i Lakierów „Śnieżka” S.A. („Grupa”), w której jednostką dominującą jest Fabryka Farb i Lakierów „Śnieżka” S.A. („Spółka”) z siedzibą w Lubzinie 34a, za rok zakończony dnia 31 grudnia 2012 roku, obejmującego skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów za okres od dnia 1 stycznia 2012 roku do dnia 31 grudnia 2012 roku, skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej sporządzone na dzień 31 grudnia 2012 roku, skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych oraz skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym za okres od dnia 1 stycznia 2012 roku do dnia 31 grudnia 2012 roku, zasady (polityki) rachunkowości oraz dodatkowe noty objaśniające („załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe”).
- Za rzetelność i jasność załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, jak również za jego sporządzenie zgodnie z wymaganymi zastosowaniami zasadami (polityką) rachunkowości oraz za prawidłowość dokumentacji konsolidacyjnej odpowiada Zarząd Spółki. Ponadto Zarząd Spółki oraz członkowie Rady Nadzorczej są zobowiązani do zapewnienia, aby załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności Grupy spełniały wymagania przewidziane w ustawie z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (Dz. U. nr 152 z 2009 roku poz. 1223, z późn. zm. - „ustawa o rachunkowości”). Naszym zadaniem było zbadanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz wyrażenie, na podstawie badania, opinii o tym czy jest ono we wszystkich istotnych aspektach zgodne z wymaganymi zastosowaniami zasadami (polityką) rachunkowości oraz czy rzetelnie i jasno przedstawia ono, we wszystkich istotnych aspektach, sytuację majątkową i finansową, jak też wynik finansowy Grupy.
- Badanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego przeprowa-

OPINION OF AN INDEPENDENT CERTIFIED AUDITOR

FOR THE GENERAL MEETING AND THE SUPERVISORY BOARD OF FABRYKA FARB I LAKIERÓW „ŚNIEŻKA” S.A.

- We have audited the attached consolidated financial statements of the Capital Group Fabryka Farb i Lakierów „Śnieżka S.A.” („Company”) with its registered office in Lubzina 34a for the year ended 31 December 2012 comprising the consolidated statement of comprehensive income for the period between 1 January 2012 and 31 December 2012, the consolidated statement of financial position drawn up as of 31 December 2012, the consolidated cash flow statement and the consolidated statement of changes in equity for the period between 1 January 2012 and 31 December 2012, the accounting rules (policies) as well as additional notes (attached „consolidated financial statements”).
- The Company’s Management Board is responsible for the accuracy and quality of the attached consolidated financial statements as well as for drawing them up in accordance with applicable accounting rules (policies) and for the correctness of consolidation documentation. Furthermore, the Company’s Management Board and the Members of its Supervisory Board are obliged to ensure that the attached consolidated financial statements and the management report satisfy the requirements stipulated in the Accounting Act of 29 September 1994 (Journal of Laws of 2009, no. 152, item 1223, as amended - „Accounting Act”). Our task was to audit the attached consolidated financial statements and on this basis express an opinion whether in all material aspects they are in compliance with the applicable accounting rules (policies) and whether in all material aspects they present the economic and financial situation of the Group as well as its financial result in an accurate and clear manner.
- We audited the attached consolidated

dziliśmy stosownie do postanowień:

- rozdziału 7 ustawy o rachunkowości,
- krajowych standardów rewizji finansowej, wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów w Polsce, w taki sposób, aby uzyskać racjonalną pewność, czy sprawozdanie to nie zawiera istotnych nieprawidłowości. W szczególności, badanie obejmowało sprawdzenie - w dużej mierze metodą wrywkową - dokumentacji, z której wynikają kwoty i informacje zawarte w załączonym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym. Badanie obejmowało również ocenę poprawności

przyjętych i stosowanych przez Grupę zasad rachunkowości i znaczących szacunków dokonanych przez Zarząd Spółki, jak i ogólnej prezentacji załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Uważamy, że przeprowadzone przez nas badanie dostarczyło nam wystarczających podstaw do wyrażenia opinii o załączonym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym traktowanym jako całość.

4. Naszym zdaniem załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe, we wszystkich istotnych aspektach:

- przedstawia rzetelnie i jasno wszystkie informacje istotne dla oceny wyniku finansowego działalności gospodarczej za okres od dnia 1 stycznia 2012 roku do dnia 31 grudnia 2012 roku, jak też sytuacji majątkowej i finansowej badanej Grupy na dzień 31 grudnia 2012 roku;
- sporządzone zostało zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej, które zostały zatwierdzone przez UE;
- jest zgodne z wpływającymi na formę i treść sprawozdania finansowego prze-



financial statements in accordance with the provisions of:

- chapter 7 of the Accounting Act,
- national standards for certified auditors, published by the Polish National Council of Statutory Auditors in Poland, in such a way so as to gain reasonable certainty that those statements did not contain material irregularities. In particular, we audited, largely by random sample methods, the documentation from which the amounts and data included in the attached consolidated finan-

cial statements result. The audit also comprised an assessment of the correctness of the accounting rules adopted and applied by the Group, significant estimates drawn up by the Company's Management Board as well as general presentation of the consolidated financial statements. We believe that the audit we performed gave us sufficient grounds to express an opinion on the attached consolidated financial statements treated as a whole.

4. In our opinion, the audited consolidated financial statements in all major aspects:
- present accurately and clearly all information significant to evaluate the financial result on economic activities for the period between 1 January 2012 and 31 December 2012, as well as the economic and financial situation of the audited Group as of 31 December 2012;
 - have been drawn up in accordance with the International Financial Reporting Standards approved by the EU;
 - are consistent with the laws regulating

pisami prawa regulującymi przygotowane sprawozdań finansowych.

5. Zapoznaliśmy się ze sprawozdaniem Zarządu Spółki na temat działalności Grupy w okresie od dnia 1 stycznia 2012 roku do dnia 31 grudnia 2012 roku oraz zasad sporządzenia rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego („sprawozdanie z działalności”) i uznaliśmy, że informacje pochodzące z załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego są z nim zgodne. Informacje zawarte w sprawozdaniu z działalności uwzględniają odpowiednie postanowie-

nia rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 lutego 2009 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. nr 33, poz. 259, z późn. zm. - „rozporządzenie w sprawie informacji bieżących i okresowych”).

W imieniu:
Ernst & Young Audit sp. z o. o.
Rondo ONZ 1
00-124 Warszawa
nr ewid. 130

Kluczowy biegły rewident
Leszek Lerch
Biegły rewident nr 9886
Warszawa 18 kwietnia 2013



the preparation of financial statements influencing the form and content of the financial statements.

5. We have read the management report on the operations of the Group during the period between 1 January 2012 and 31 December 2012 as well as the rules of drawing up the annual consolidated financial statements („management report”) and in our opinion information from the attached consolidated financial statements is consistent with this report. The information included in the management

report takes into account relevant provisions of the Ordinance of the Minister of Finance of 19 February 2009 on current and periodic information to be submitted by issuers of securities and conditions for considering as equivalent information required under the laws of a non-member state (Journal of Laws no. 33, item 259, as amended - „Ordinance on current and periodic information”).

On behalf of:
Ernst & Young Audit sp. z o.o.
Rondo ONZ 1
00-124 Warsaw
ID 130

Chief certified auditor
Leszek Lerch
Certified auditor no. 9886
Warsaw, 18 April 2013

Sprawozdania finansowe skonsolidowane za rok zakończony dnia 31 grudnia 2012 roku

Consolidated Financial Statements
for the year ended
31 December 2012



DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA CONTINUED OPERATIONS	za okres for the period 01.01.2012 do/to 31.12.2012	za okres for the period 01.01.2011 do/to 31.12.2011
Przychody ze sprzedaży produktów Revenue from sale of products	520 526	467 581
Przychody ze sprzedaży towarów Revenue from sale of goods	50 324	75 666
Przychody ze sprzedaży materiałów Revenue from sale of materials	5 671	7 393
Przychody ze sprzedaży Sales revenue	576 521	550 640
Koszt własny sprzedaży Prime cost of sale	379 720	381 550
Zysk/ (strata) brutto ze sprzedaży Gross profit / (loss) on sales	196 801	169 090
Pozostałe przychody operacyjne Other operating revenue	648	1 306
Koszty sprzedaży Selling costs	79 830	71 302
Koszty ogólnego zarządu General administrative expenses	57 882	52 486
Pozostałe koszty operacyjne Other operating expenses	3 198	5 772
Zysk/(strata) na działalności operacyjnej Operating profit/(loss)	56 539	40 836
Przychody finansowe Financial revenue	2 053	997
Koszty finansowe Financial costs	4 550	19 728
Udział w zysku jednostki stowarzyszonej Share in profit of associated companies	424	392
Strata z tytułu hiperinflacji Hyperinflation loss	-	275
Zysk/(strata) brutto Gross profit/(loss)	54 466	22 222

DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA CONTINUED OPERATIONS	za okres for the period 01.01.2012 do/to 31.12.2012	za okres for the period 01.01.2011 do/to 31.12.2011
Podatek dochodowy Income tax	7 015	3 875
Zysk/(strata) netto z działalności kontynuowanej Net profit (loss) on continued operations	47 451	18 347
Działalność zaniechana Discontinued operations	-	-
Zysk/(strata) za okres z działalności zaniechanej Profit/(loss) for the period on discontinued operations	-	-
Zysk/(strata) netto za okres Net profit/(loss) for the period	47 451	18 347
Inne całkowite dochody Other comprehensive income		
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zagranicznych Foreign exchange differences on translation of foreign operations	(4 221)	4 148
Inne całkowite dochody netto Other net comprehensive income	(4 221)	4 148
CAŁKOWITY DOCHÓD ZA OKRES COMPREHENSIVE INCOME FOR THE PERIOD	43 230	22 495
Zysk/(strata) przypadający/a: Profit/(loss) attributable to:	47 451	18 347
Akcjonariuszom jednostki dominującej Shareholders of the parent company	45 610	17 170
Akcjonariuszom niekontrolującym Non-controlling shareholders	1 841	1 177
Całkowity dochód przypadający: Comprehensive income attributable to:	43 230	22 495
Akcjonariuszom jednostki dominującej Shareholders of the parent company	41 970	20 518
Akcjonariuszom niekontrolującym Non-controlling shareholders	1 260	1 977
Zysk/(strata) na jedną akcję: Earnings/(losses) per share:		
- podstawowy z zysku za okres przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej - basic, from profit for the period attributable to the shareholders of the parent company	3,51	1,27
- podstawowy z zysku z działalności kontynuowanej za okres przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej - basic, from profit on continued operations for the period attributable to the shareholders of the parent company	3,51	1,27
- rozwodniony z zysku za okres przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej - diluted, from profit for the period attributable to the shareholders of the parent company	3,51	1,27
- rozwodniony z zysku z działalności kontynuowanej za okres przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej - diluted, from profit on continued operations for the period attributable to the shareholders of the parent company	3,51	1,27

AKTYWA ASSETS	31.12.2012	31.12.2011 dane przekształcone restated
Aktywa trwałe Non-current assets	183 115	165 867
Rzeczowe aktywa trwałe Property, plant and equipment	159 982	145 440
Nieruchomości inwestycyjne Investment property	12 756	13 287
Wartość firmy Goodwill	-	-
Wartości niematerialne Intangible assets	1 685	1 220
Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych wycenianych metodą praw własności Investments in associates measured with equity method	2 016	1 895
Aktywa finansowe dostępne do sprzedaży Financial assets available for sale	-	-
Pozostałe aktywa finansowe (długoterminowe) Other (long-term) financial assets	10	10
Należności długoterminowe Long-term receivables	2 335	865
Aktywa z tytułu podatku odroczonego Deferred tax assets	4 331	3 150
Aktywa obrotowe Current assets	164 170	187 034
Zapasy Inventory	77 438	87 572
Należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe należności Trade and other receivables	63 743	79 134
Należności z tytułu podatku dochodowego Income tax receivables	4 506	6 742
Pochodne instrumenty finansowe Derivative financial instruments	-	-
Pozostałe aktywa finansowe Other financial assets	-	2 381
Pozostałe aktywa niefinansowe Other non-financial assets	993	727
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Cash and cash equivalents	17 490	10 478
Aktywa trwałe zaklasyfikowane jako przeznaczone do sprzedaży Non-current assets classified as held for sale	4 138	2 937
SUMA AKTYWÓW TOTAL ASSETS	351 423	355 838

PASYWA EQUITY AND LIABILITIES	31.12.2012	31.12.2011 dane przekształcone restated
Kapitał własny (przypadający akcjonariuszom jednostki dominującej) Equity attributable to shareholders of the parent company	196 958	202 228
Kapitał podstawowy Share capital	13 551	13 551
Nadwyżka ze sprzedaży akcji powyżej ich wartości nominalnej Share premium	-	-
Akcje własne Equity shares	(28 920)	-
Różnice kursowe z przeliczenia jednostki zagranicznej Foreign exchange differences on translation of a foreign operation	(11 022)	(7 381)
Pozostałe kapitały rezerwowe Other reserve capitals	-	-
Kapitał zapasowy Supplementary capital	157 689	163 704
Kapitał z aktualizacji wyceny Revaluation reserve	36	36
Zyski zatrzymane/ Niepokryte straty Retained earnings/losses brought forward	65 624	32 318
Kapitały akcjonariuszy niekontrolujących Equity of non-controlling shareholders	8 373	7 844
Kapitał własny ogółem Total equity	205 331	210 072
Zobowiązania długoterminowe Long-term liabilities	21 451	2 586
Oprocentowane kredyty i pożyczki Interest-bearing loans and borrowings	17 168	-
Rezerwy Provisions	1 301	951
Pozostałe zobowiązania Other liabilities	417	163
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego Deferred income tax provision	2 565	1 472
Zobowiązania krótkoterminowe Short-term liabilities	124 641	143 180
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe zobowiązania Trade and other liabilities	48 711	55 866
Bieżąca część oprocentowanych kredytów i pożyczek Current portion of interest-bearing loans and borrowings	74 383	85 986
Pozostałe zobowiązania finansowe Other financial liabilities	290	95
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego Income tax liabilities	-	-
Rozliczenia międzyokresowe Accruals	543	649
Rezerwy Provisions	714	584
Zobowiązania bezpośrednio związane z aktywami trwałymi zaklasyfikowanymi jako przeznaczone do sprzedaży Liabilities directly related to non-current assets classified as held for sale	-	-
Zobowiązania razem Total liabilities	146 092	145 766
SUMA PASYWÓW TOTAL EQUITY AND LIABILITIES	351 423	355 838

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ZA ROK 2012 CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOW FOR THE YEAR 2012	31.12.2012	31.12.2011 dane przekształcone restated
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej Cash flows from operating activities		
Zysk przed opodatkowaniem Profit before tax	54 466	22 222
Korekty: Adjustments:	15 928	35 493
Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych Depreciation/amortisation of PP&E and intangible assets	16 522	16 274
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych Impairment losses on property, plant and equipment	-	2 827
(Zysk) strata na działalności inwestycyjnej (Profit) loss on investing activities	249	(602)
(Zysk) strata na sprzedaży aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży (Profit) loss on sales of financial assets available for sale	-	-
Zyski (straty) z wyceny nieruchomości inwestycyjnych według wartości godziwej Profit (loss) on measurement of investment real property at fair value	-	-
Różnice kursowe Foreign exchange differences	(4 292)	13 620
Udział w (zyskach) stratach jednostek stowarzyszonych Share in (profit) loss of associates	(424)	(392)
Odpis wartości firmy Goodwill allowance	-	67
Odsetki i dywidendy netto Net interest and dividends	4 189	3 697
Otrzymane dotacje Donations	(316)	2
Środki pieniężne z działalności operacyjnej przed uwzględnieniem zmian w kapitale obrotowym Operating cash flow before changes in working capital	70 394	57 715
Zmiana stanu zapasów Movement in inventories	8 217	(18 774)
Zmiana stanu należności Movement in receivables	9 450	26 865
Zmiana stanu zobowiązań Movement in liabilities	1 547	5 693
Zmiana stanu rezerw Movement in provisions	519	404
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych Movement in prepayments and accruals	1 072	(553)
Środki pieniężne wygenerowane w toku działalności operacyjnej Cash generated by operating activities	91 199	71 350
Zapłacony podatek dochodowy Income tax paid	(7 722)	(12 112)
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej Net operating cash	83 477	59 238
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej Cash flows from investing activities		
Wydatki na nabycie wartości niematerialnych Expenses related to acquisition of intangible assets	(634)	(1 037)
Wpływy ze sprzedaży wartości niematerialnych Proceeds from sales of intangible assets	-	-
Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych Expenses related to acquisition of property, plant and equipment	(36 736)	(30 643)
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych Proceeds from sales of property, plant and equipment	1 246	1 279
Wydatki na nabycie nieruchomości inwestycyjnych Expenses related to acquisition of investment real property	-	-
Wpływy z leasingu środków trwałych Proceeds from lease of PP&E	-	181
Wydatki na nabycie aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży Expenses related to acquisition of financial assets available for sale	-	(61)
Wpływy ze sprzedaży aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży Proceeds from sales of financial assets available for sale	-	-

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE Z PRZEPIWÓW PIENIĘŻNYCH ZA ROK 2012 CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOW FOR THE YEAR 2012	31.12.2012	31.12.2011 dane przekształcone restated
Wydatki z tytułu udzielenia pożyczek Expenses due to borrowings granted	-	-
Wpływy z tytułu spłaty pożyczek Proceeds from borrowings repaid	-	1 606
Wydatki na nabycie jednostek zależnych (pomniejszone o przejęte środki pieniężne) Expenses related to acquisition of subsidiaries (less acquired cash)	-	-
Wpływy ze sprzedaży jednostek powiązanych Proceeds from sale of associates – sale in previous years	1 569	261
Dekonsolidacja spółki zależnej Deconsolidation of a subsidiary	(4)	(1 518)
Pożyczki udzielone - długoterminowe Long-term borrowings granted	-	-
Otrzymane spłaty pożyczek udzielonych Received repayments of borrowings granted	-	46
Otrzymane odsetki Interest received	2	14
Otrzymane dywidendy Dividends received	-	-
Środki pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej Net cash used in investing activity	(34 557)	(29 872)
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej Cash flows from financing activities		
Wpływy netto z tytułu emisji akcji Net proceeds from issue of shares	-	-
Nabycie akcji własnych Purchase of equity shares	(28 920)	-
Wpływy z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych Proceeds from issue of debt securities	-	-
Wykup dłużnych papierów wartościowych Redemption of debt securities	-	-
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytów i pożyczek Proceeds from loans and borrowings raised	52 766	273
Wydatki związane z dokupieniem udziałów niekontrolujących Purchase of additional non-controlling shares	(1 260)	-
Spłaty kredytów i pożyczek Repayment of loans and borrowings	(42 630)	(7 682)
Spłata zobowiązań z tytułu leasingu finansowego Repayment of liabilities under finance lease	(218)	(170)
Inne wpływy Other proceeds – foreign exchange differences	36	(50)
Odsetki Interest	(4 213)	(3 764)
Otrzymane dotacje Donations	316	-
Dywidendy i świadectwa założycielskie wypłacone Dividends and promoter certificates paid	(17 026)	(25 317)
Środki pieniężne netto z działalności finansowej Net cash from financing activities	(41 149)	(36 710)
Zwiększenie (zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów, środków pieniężnych Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	7 771	(7 344)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu Cash and cash equivalents at the beginning of the period	10 478	15 922
Różnice kursowe Foreign exchange differences	-	(38)
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zagranicznych Foreign exchange differences on translation of foreign operations	(759)	1 663
Strata z tytułu hiperinflacji Hyperinflation loss	-	275
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu Cash and cash equivalents at the end of the period	17 490	10 478

