

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

Fabryki Farb i Lakierów „ŚNIEŻKA” SA
w Lubzinie

za I półrocze 2011 roku



1. WSTĘP DO SPRAWOZDANIA ZARZĄDU ZA 6 MIESIĘCY 2011 ROKU	2
2. OPIS DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI W I PÓŁROCZU 2011 ROKU	4
3. STRATEGICZNE CELE SPÓŁKI	5
4. SYTUACJA GOSPODARCZA W I PÓŁROCZU 2011 ROKU	6
5. SPRZEDAŻ I PORTFEL ZAMÓWIEŃ.....	8
6. BADANIA I ROZWÓJ	12
7. POLITYKA ZAOPATRZENIA	14
8. ZATRUDNIENIE.....	14
9. INWESTYCJE W ŚRODKI TRWAŁE I WARTOŚCI NIEMATERIALNE	15
10. FINANSE	18
11. GRUPA KAPITAŁOWA I POWIĄZANIA KAPITAŁOWE.....	19
12. STRUKTURA WŁASNOŚCI (INFORMACJE O AKCJONARIUSZACH I WIELKOŚCI AKTUALNYCH UDZIAŁÓW).	21
13. PODSTAWOWE RYZYKA I ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ NA RYNKU FARB I LAKIERÓW	22
14. NAGRODY, WYRÓŻNIENIA	26
15. PODSUMOWANIE	27

1. Wstęp do Sprawozdania Zarządu za 6 miesięcy 2011 roku

Nazwa:

Fabryka Farb i Lakierów „Śnieżka” SA

Siedziba Zarządu Spółki:

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

Rejestracja Spółki:

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

Przedmiot działalności Spółki:

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

Oddziały:

1. Lubzina 34 a
39-102 Lubzina
pow. ropczycko – sędziszowski
woj. podkarpackie
2. Brzeźnica 18
39-207 Brzeźnica
pow. dębicki
woj. podkarpackie
3. Pustków 604
39-205 Pustków
pow. dębicki
woj. Podkarpackie

Kapitał Akcyjny:

Na dzień 30 czerwca 2011 r.: 13 550 676 zł - 13 550 676 akcji o wartości nominalnej 1zł.

Reprezentacja Spółki:

Rada Nadzorcza

Do dnia 17 czerwca 2011r. skład Rady Nadzorczej Spółki był następujący:

Stanisław Cymbor – Przewodniczący RN

Jerzy Pater - Wiceprzewodniczący RN

Stanisław Mikrut – Sekretarz RN

Anna Pater – Członek RN

Jakub Bentke – Członek RN

Zbigniew Łapiński - Członek RN

W dniu 17 czerwca 2011r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołało Radę Nadzorczą VI kadencji, która uformowała się w następującym składzie:

Stanisław Mikrut – Przewodniczący RN

Jerzy Pater - Wiceprzewodniczący RN

Stanisław Cymbor – Sekretarz RN

Anna Pater – Członek RN

Dariusz Orłowski – Członek RN

Zbigniew Łapiński - Członek RN

Zarząd

Piotr Mikrut - Prezes Zarządu od dnia 31 marca 2004 r. do dnia dzisiejszego.

Witold Waśko - Wiceprezes Zarządu od dnia 1 kwietnia 2005 r. do dnia dzisiejszego.

Członek Zarządu od lutego 1998 r.

Joanna Wróbel - Lipa – Wiceprezes Zarządu od dnia 6 maja 2011 r. do dnia dzisiejszego.

Członek Zarządu od dnia 18 grudnia 2007 r. do dzisiaj.

Walentyna Ochab - pełniła funkcję Członka Zarządu od dnia 18 grudnia 2007 r. do dnia 5 maja 2011 r.

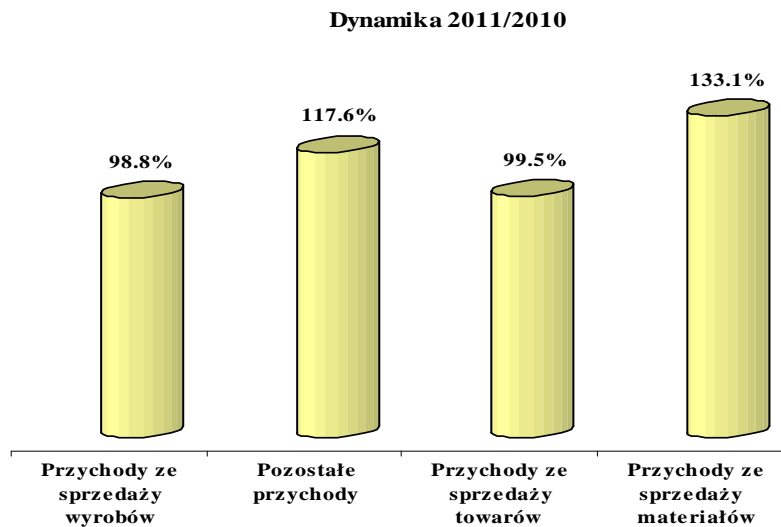
W 2011 r. w składzie osobowym Zarządu wystąpiły następujące zmiany:

5 maja 2011 r. Walentyna Ochab złożyła rezygnację z funkcji Członka Zarządu.

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

2. Opis działalności Spółki w I półroczu 2011 roku

W I półroczu br. wartość sprzedaży FFiL Śnieżka SA wyniosła 214,2 mln zł, co oznacza 100,8% dynamikę w porównaniu do analogicznego okresu roku 2010. Największy wzrost Spółka uzyskała ze sprzedaży materiałów, natomiast przychody ze sprzedaży wyrobów i towarów odnotowały niewielki spadek. Znaczny wpływ na wyniki finansowe Spółki miały wzrosty cen surowców używanych do produkcji, które w ciągu 6 m-cy 2011 roku były w Spółce wyższe o 13 mln zł w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.



Zarząd Spółki przyjął nowy Schemat Organizacyjny Fabryki Farb i Lakierów ‘ŚNIEŻKA’ S.A., uwzględniający głównie:

1. Integrację Pionu Dyrektora ds. Współpracy z Zagranicą z Pionem Dyrektora Handlowego, w wyniku której:

- Dział Obsługi Klienta exportowego został podporządkowany pod Kierownika Działu Obsługi Klienta,
- Dział Exportu został podporządkowany pod Dyrektora ds. Handlowych,
- Przedstawicielstwo na Białorusi zostało podporządkowane bezpośrednio pod Dyrektora Sprzedaży Eksportowej odpowiedzialnego za Białoruś.

2. Likwidację Pionu Z-cy Dyr. Handlowego ds. Wsparcia Sprzedaży i Windykacji Należności, w wyniku której :

- Magazyny Wyrobów Gotowych i Dział Spedycji zostały podporządkowane pod Zastępcę Dyrektora Handlowego,
- Dział Windykacji Należności pozostał bezpośrednio pod Dyrektorem ds. Handlowych,

Najważniejsze działania i osiągnięcia Spółki w I półroczu 2011 roku oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania:

- kontynuowano doskonalenie procesów związanych z obsługą sprzedaży i procesów logistycznych,
- kontynuowano realizację strategii multibrandingowej polegającej na budowaniu silnych marek, będących specjalistami w swojej dziedzinie.

- w dniu 17 czerwca 2011 roku odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które:
 - zatwierdziło sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdanie finansowe Spółki za 2010 rok,
 - udzieliło absolutorium członkom organów Spółki z wykonania obowiązków za 2010 rok,
 - dokonało podziału zysku netto za 2010 rok i ustaliło dywidendę w wysokości 1,70 zł na 1 akcję,
 - zatwierdziło sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej oraz sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej za 2010 rok,
 - powołało nowy skład Rady Nadzorczej na VI kadencję,

3. Strategiczne cele Spółki

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

W I półroczu 2011 roku Spółka kontynuowała działania mające na celu zapewnienie swoim Klientom produktów wysokiej jakości, przy uwzględnieniu zmieniających się warunków rynkowych oraz preferencji konsumentów. Spółka kontynuowała realizację nowej wizji zarządzania portfolio Śnieżki, która opiera się na strategii multibrandingowej polegającej na tworzeniu marek grup produktów silnych w poszczególnych segmentach, co wiązało się z wprowadzeniem innowacji produktowych do wybranych grup wyrobów.

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

- zaistnienie w nowoczesnych kanałach dystrybucji, rozumianych jako sieci sprzedaży DO IT YOURSELF (DIY) do których zalicza się Castoramę, Leroy Merlin, Obi, Praktiker, Nomi, Brico Marche i Mrówkę. Strategia spółki na rok bieżący zakłada wzmocnienie inwestycji i poszerzenie asortymentu w każdej z powyższych sieci,
- rozwój międzynarodowej grupy kapitałowej, której celem jest ekspansja zarówno terytorialna, jak i produktowa,
- budowę bazy produkcyjnej oraz zaplecza magazynowego i technologicznego, odpowiadających potrzebom i planom rozwojowym Spółki.

Plany na kolejne miesiące 2011 roku i lata następne zakładają kontynuację wcześniej podjętych działań. W zakresie pozyskania nowych rynków, strategia Spółki zakłada sukcesywne wprowadzanie jej produktów do kanałów dystrybucji na nowych obszarach geograficznych. Aktualnie – poza rynkiem polskim – Spółka sprzedaje swoje wyroby

głównie w krajach Europy Środkowo-Wschodniej (Ukraina, Białoruś, Rosja, Mołdawia, Litwa, Słowacja, Rumunia). Trzeba podkreślić znaczny potencjał ludnościowy i ekonomiczny tych rynków oraz znaczące potrzeby inwestycyjne, w szczególności związane z rozwojem infrastruktury. Spółka dominująca prognozuje dalszy wzrost udziałów na dotychczasowych rynkach.

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

Z realizacją powyższych celów bezpośrednio związana jest polityka Spółki w zakresie rozbudowy Grupy Kapitałowej. Priorytetowym celem Spółki dominującej jest tworzenie i rozbudowa na zagranicznych rynkach profesjonalnej sieci sprzedaży i zaopatrzenie jej w pełną paletę wyrobów. Lokowanie produkcji w nowych krajach wymaga wielu kalkulacji ekonomicznych, jak również gruntownego poznania specyfiki nowych rynków, uwarunkowań wiążących się z funkcjonowaniem na nich, obowiązujących przepisów prawnych i podatkowych oraz ewentualnych lokalnych wymogów i ograniczeń. Dlatego Spółki Grupy Kapitałowej korzystają z pomocy i wsparcia miejscowych Partnerów, co w praktyce okazało się rozwiązaniem skutecznym i efektywnym.

4. Sytuacja gospodarcza w I półroczu 2011 roku

Rok 2010 był okresem stopniowej odbudowy potencjału polskiej gospodarki, po spowolnieniu obserwowanym w 2009 roku. Na tle innych krajów Unii Europejskiej wyniki gospodarcze naszego kraju prezentowały się bardzo dobrze, lokując Polskę w gronie europejskich liderów wzrostu.

W I kwartale 2011 roku utrzymały się pozytywne tendencje obserwowane w gospodarce w roku 2010. Wzrost PKB wyniósł 4,4%, a produkcji sprzedanej przemysłu 9,1%. Korzystne wyniki makroekonomiczne przełożyły się na poprawę sytuacji finansowej podmiotów gospodarczych.

W pierwszym kwartale 2011 roku produkcja sprzedana przemysłu w podmiotach o liczbie pracujących pow. 9 osób wzrosła o 9,2%. Najwyższy wzrost produkcji odnotowano w przetwórstwie przemysłowym (o 10,3%). Nieco wolniejsze tempo wzrostu produkcji było głównie wynikiem znacznego wzrostu cen surowców i materiałów do produkcji.

Według wstępnych danych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS), inflacja mierzona wskaźnikiem CPI w I półroczu 2011 roku wyniosła 3,8%. Najszybciej rosły ceny transportu, w tym paliw oraz koszty użytkowania mieszkania i nośników energii. W tym samym okresie wzrosły także ceny produkcji sprzedanej przemysłu o 7,7% oraz produkcji budowlano-montażowej o 0,4% (r/r).

Oslabieniu presji inflacyjnej nie sprzyjały również czynniki wewnętrzne, takie jak: rosnący popyt konsumpcyjny (w I kw. 2011 roku wzrost sprzedaży detalicznej o 6,0% r/r) oraz presja płacowa, będąca efektem przyspieszającej dynamiki zatrudnienia. W kierunku podwyższenia cen oddziaływało również podniesienie podatku VAT (większość wyrobów z 22% na 23%).

Liczba zarejestrowanych bezrobotnych na koniec I kw. 2011 roku ukształtowała się na poziomie 2 134 tys. osób, tj. o 2,8% wyższym niż w analogicznym miesiącu poprzedniego roku. Stopa bezrobocia wyniosła 13,1%. Gorsze niż przed rokiem wyniki na rynku pracy w 2011 roku spowodowane były ograniczeniem aktywności gospodarczej. Tym niemniej sygnały polepszającej się koniunktury spowodowały, iż sytuacja na rynku pracy stopniowo poprawia się. Wzrost zatrudnienia liczony rok do roku jest coraz wyższy i w ostatnich miesiącach poziom bezrobocia zaczął spadać, ale w głównej mierze spowodowane jest to sezonowością tego zjawiska.

Według wstępnych danych GUS, w pierwszym kwartale 2011 roku wartość eksportu liczonego według cen bieżących wyniosła 31,0 mld euro i była o 15,5% wyższa w porównaniu z analogicznym okresem roku 2010. Wartość importu wyniosła 33,0 mld euro i była wyższa o 10,9% r/r. Wpływ na to miała rosnąca aktywność na rynkach międzynarodowych. Deficyt na rachunku obrotów towarowych wyniósł 2,0 mld euro tj. o 0,9 mld euro mniej niż w pierwszych trzech miesiącach 2010 roku.

Dochody budżetu państwa w ujęciu nominalnym w I kw. 2011 roku wyniosły 62,7 mld zł., wydatki zaś ukształtowały się na poziomie 80,0 mld zł. Deficyt budżetowy wyniósł 17,3 mld zł. Po stronie dochodów największe znaczenie miały wpływy z podatków pośrednich, w tym VAT. Po stronie wydatków nominalnie największy przyrost zanotowano w pozycji koszty obsługi długu zagranicznego, którego wartość w I kw. 2011 roku była o 38,7% wyższa niż w roku ubiegłym.

Problemy z utrzymaniem równowagi systemu finansów publicznych w Grecji oraz niepewność co do fiskalnej kondycji kilku innych państw strefy euro doprowadziły na przełomie I i II kw. 2011 roku do niewielkich wahań kursowych i lekkiego osłabienia zainteresowania polską walutą.

Sytuacji finansowej nie poprawia obecny stan szwajcarskiej waluty. Wahania kursów franka oraz jego ciągłe wzrosty (frank szwajcarski po raz ostatni był tak drogi na początku 2009 roku, czyli w samym apogeum światowego kryzysu finansowego) spowodowały, że gospodarstwa domowe, które zaciągnęły kredyty hipoteczne w tej walucie będą spłacały wyższe raty kredytów i wyższe odsetki w złotych, co odbija się na ich kondycji finansowej.

Sytuacja ta może wpłynąć także na osłabienie wzrostu konsumpcji i przełożyć się na niższą dynamikę PKB Polski poza tym może spowodować niższą dynamikę konsumpcji, co w dłuższej perspektywie może odbić się negatywnie na przychodach i zyskach przedsiębiorstw.

5. Sprzedaż i portfel zamówień

Rynek farb i lakierów w I półroczu 2011 roku.

Zarówno kondycja, jak i perspektywy rynku farb i lakierów w Polsce są ściśle powiązane z koniunkturą w budownictwie.

Wyraźne symptomy pogorszenia koniunktury na krajowym rynku budowlanym, z pewnym opóźnieniem przełożyły się bowiem na spadek popytu na tę grupę wyrobów chemicznych. Choć ten rok powinien przynieść nieznaczną poprawę nastrojów, na istotne ożywienie liczyć można raczej dopiero w 2012 roku, kiedy na dobre polepszy się sytuacja w kluczowym dla rynku chemii budowlanej segmencie budownictwa mieszkaniowego.

Aktualnie rynek farb i lakierów w Polsce szacuje się na około 2 mld. zł. Szacuje się, że na rynku Europy Centralnej i Wschodniej aktywnie działa blisko 600 producentów farb i powłok. Dodatkowo należy wspomnieć, że właśnie rynek farb i powłok stanowi 49,5% całkowitego rynku materiałów chemii budowlanej, tuż przed rynkiem elementów z tworzywa sztucznego (26,7%) i rynkiem materiałów izolujących (19,1%).

Aktualna średnia zużycia farb na jednego mieszkańca w Polsce wynosi 10 litrów, zaś w krajach Europy Wschodniej jest to średnio około 7 litrów. Konsumpcja Unii Europejskiej wynosi około 15-16 litrów rocznie, w związku z tym FFiL Śnieżka SA prognozuje dynamiczny wzrost zużycia farb i lakierów na rynkach, na których jest obecna, jednocześnie ocenia, że wielkość tego rynku w najbliższych latach powinna rosnąć.

Według szacunkowych danych, Śnieżka zajmuje wysokie miejsce w kraju w wyrobach dekoracyjnych w ujęciu ilościowym (16%). Najmocniejszą pozycję Śnieżka posiada w segmencie wyrobów emulsyjnych. Do głównych konkurentów Śnieżki w Polsce, poza PPG

(marki Dekoral, Dekoral Professional, Domalux, Drewnochron, Cieszynka), oraz Akzo Nobel (marki Nobiles, Sadolin, Dulux, Hammerite) należy także Tikkurila (marki Tikkurila, Beckers, oraz Jedyńska). Mimo obserwowanego ożywienia rynku materiałów chemii budowlanej, rynek ten nie jest łatwym dla producentów. Każdego roku obserwuje się rosnące wymagania dotyczące przepisów i regulacji prawnych związanych ze stosowaniem, jak również z samą produkcją materiałów chemii budowlanej. Do tego należy też dodać częste zmiany tych wymagań i nieustanne zaostrzanie regulacji, dotyczących surowców stosowanych przy produkcji materiałów w sektorze budowlanym. Poza tym, obserwowany w ostatnim czasie znaczący wzrost cen surowców, zmusza producentów farb do wprowadzania podwyżek swoich wyrobów, co z kolei przekłada się na ich mniejszy popyt. Do spadku popytu przyczyniają się także niekorzystne warunki atmosferyczne (mroźna i śnieżna zima, która nienaturalnie wydłużyła efekt sezonowego spadku sprzedaży artykułów chemii budowlanej, oraz duża liczba deszczowych dni w sezonie letnim).

UKRAINA

Rynek farb i lakierów na Ukrainie szacuje się na 143 tys. ton. Struktura rynku w ujęciu ilościowym przedstawia się w następujący sposób 80-85 % produkcja krajowa oraz 15-20 % import. Na rynku farb i lakierów liczącymi się producentami jest kilkudziesięciu producentów. Łącznie wyprodukowano około 125 tys. ton, wzrost produkcji w I półroczu wyniósł około 2%. Najwięksi producenci farb i lakierów na Ukrainie to: „Śnieżka – Ukraina”, ZIP, MGF. Na rynek farb i lakierów ogromny wpływ miały dwa czynniki: wzrost cen surowców oraz zmiany w kodeksie podatkowym.

Na rynku ukraińskim znajdują się zarówno wyroby produkowane przez spółkę Śnieżka – Ukraina jak i wyroby importowane z Polski. Spółka jest importerem wyrobów z Polski i kompleksowo zaopatruje dystrybutorów w pełny asortyment wyrobów (niezależnie od kraju pochodzenia). W spółce zależnej nastąpiło naturalne przejście z importu na sprzedaż produktów własnych w grupach wyrobów emulsyjnych, szpachli oraz wyrobów ftalowych.

W związku z kontynuacją w 2011 roku zmian w portfolio na rynku ukraińskim do oferty wprowadzono produkty z serii Vidaron: wyroby do ochrony, dekoracji oraz konserwacji drewna.

W 2011 roku za 6 miesięcy FFiL Śnieżka S.A. osiągnęła na Ukrainie sprzedaż 12 092,7 tys. zł, co dało dynamikę wzrostu 124% w stosunku do roku 2010.

W sprzedaży dominowały 3 grupy wyrobów: 36 % stanowiła sprzedaż past koloryzujących, 30 % sprzedaży stanowiły masy szpachlowe oraz 21% wyroby do drewna.

BIAŁORUŚ

Coraz bardziej niepokojące informacje o pogarszającym się stanie białoruskiej gospodarki, która nie potrafi sobie poradzić z kryzysem nie napawają optymizmem (masowe wysyłki pracowników na bezpłatne urlopy, kolejki pod kantorami, masowo znikające produkty z półek). Chociaż początek roku w obrotach ze Śnieżką był obiecujący, to na obecną sytuację gospodarczą miał wpływ koniec roku 2010, kiedy to prezydent Łukaszenka zaczął spełniać swoje obietnice powyborcze – podniesiono płace i świadczenia socjalne, których efektem było drukowanie dodatkowych pieniędzy przy jednoczesnej podwyżce cen ropy i gazu importowanych z Rosji. Dodatkowo negatywny bilans wymiany handlowej w połączeniu z niedoszacowanym kursem USD w stosunku do jego realnej wartości spowodował, że od połowy marca 2011 firmy białoruskie mają ogromne problemy z zakupem waluty. Dług publiczny białoruskiego państwa zwiększył się o 83 % i przekroczył o 36 % PKB. Obok galopującego zadłużenia na Białorusi w zatrważającym tempie rosną ceny w szczególności na towary z importu (w I półroczu wzrosły średnio o 70 %). Jest to efekt trudności importerów w

zakupie waluty po kursie oficjalnym (czarnorynkowy jest o ok. 40 % wyższy). Od początku roku oficjalny kurs USD wzrósł o 65 %, kurs EUR o 80 %.

Rynek budowlany na Białorusi odczuł spadek, który głównie jest związany z problemami waluty. Głównie dotyczy to sytuacji importerów. Dodatkową barierą jest polityka rządu preferująca lokalną produkcję. Jest to okres, który wykorzystują firmy produkujące na rynku białoruskim – o ile nie mają problemu z nabyciem surowców. Niestety z sytuacją tą ma do czynienia nasza Spółka BELPOL z Żodino.

Sprzedaż na rynek białoruski w I połowie 2011 wyniosła 8,5 mln zł co stanowi 61 % dynamiki w stosunku do roku ubiegłego. Na Białorusi największy udział w sprzedaży zajmują produkty dekoracyjne i wykończeniowe: szpachle, emulsje oraz wyroby ftalowe.

ROSJA

Gospodarka rosyjska zaczęła powracać na ścieżkę wzrostu gospodarczego, chociaż nie tak dynamicznego, jak przed kryzysem. Kryzys spowodował, że pogłębiło się uzależnienie rosyjskiej gospodarki od eksportu surowców. Dodatkowo w pierwszych miesiącach 2011 dynamika importu towarów znacznie przewyższa dynamikę eksportu. Ministerstwo Rozwoju Gospodarczego FR przewiduje, że PKB w latach 2011-2013 będzie rosło o ok. 4 % rocznie, natomiast inflacja nie będzie przewyższała 8,5 %. Dla Polski okres styczeń – maj 2011 został pozytywnie zamknięty, jeśli chodzi o eksport i wzrósł on o 39 %, co stanowi 3,16 mld USD. Problemem w dostępie do rynku rosyjskiego jest występowanie barier taryfowych, proceduralnych i certyfikacyjnych. Na takie problemy również napotyka nasza Spółka.

Jednak niepokojące dane spływają z wewnętrznego rynku FR. Rosyjskie media opisują, że eksport poza surowcami nie istnieje, a import rośnie. Firmy zagraniczne uciekają bojąc się korupcji. Gaz i ropa to aż 70 % dochodu z eksportu i jeśli ceny spadną to budżet na pewno to odczuje.

Jedynym wyjściem będzie więc dewaluacja rubla. To oznacza stratę oszczędności i może wywołać niezadowolenie ludzi. Jednak rosyjskie media przypuszczają, że na ten krok Kreml nie może sobie teraz pozwolić, być może po wyborach.

Dla wielu znaczących graczy z branży farb i lakierów sezon 2011 w Rosji jest bardzo skomplikowany. Wzrost cen surowców oraz okresowy ich brak, jak też chwiejna sytuacja związana ze sprzedażą spowodowała, że w czerwcu nie wszyscy producenci utrzymali wzrost produkcji w porównaniu do maja, mimo pełni sezonu.

Analiza dynamiki produkcji w fabrykach na terytorium Rosyjskiej Federacji wskazuje comiesięczny spadek. Eksport za I półrocze - 8% (prognozy wynosiły 12%) Import za I półrocze - 7% . Wg specjalistów „Chim Kuriera” pojemność rynku w I półroczu 2011 r. w porównaniu do analogicznego okresu 2010 r. wzrosła 7%.

Prognozy:

Już w sierpniu nie będzie wzrostu sprzedaży ani na grupie farb wodnych i alkidowych. Fakt ten przyczyni się do jeszcze bardziej skomplikowanej sytuacji na rynku farb i lakierów w Rosji. Producenci będą zmuszeni podnieść ceny swoich wyrobów od września jeżeli nie ustabilizuje się sytuacja na rynku surowców przeznaczonych do produkcji farb i lakierów.

Sprzedaż na rynek rosyjski w I połowie 2011 wyniosła 4,2 mln zł, co stanowi 88 % dynamiki w stosunku do roku ubiegłego. W Rosji największy udział w sprzedaży zajmują produkty ftalowe.

MOŁDAWIA

Mołdawia należy do najbiedniejszych krajów w Europie ale wyniki gospodarki w 2011 roku napawają optymizmem. Międzynarodowy Fundusz Walutowy zdecydował się przyznać

Mołdawii 3 letnią pomoc. W latach 2010 – 2012 otrzymają pomoc w wysokości 586 mln dolarów. MFW przyznał kolejną transzę pomocy finansowej Mołdawii w wysokości 79 milionów dolarów. Władze mołdawskie informują, iż pomoc Funduszu jest kluczowa dla ustabilizowania sytuacji gospodarczej kraju. Dzięki wyższemu niż przewidywano wzrostowi gospodarczemu o 5 % , PKB Mołdawii osiągnęło poziom sprzed światowego kryzysu. Sytuacja gospodarcza kraju znacznie poprawia się, zahamowano inflację w 2011 roku na poziomie 8%. Władze zobowiązały się kontynuować politykę gospodarczą, według założeń przyjętych w umowie z MFW, co gwarantuje dalsze wsparcie finansowe dla Kiszyniowa.

Import zgodnie z przewidywaniami ma w tym roku osiągnąć ok. 21%. Ministerstwo Gospodarki również przewiduje wzmocnienie się leja w stosunku do dolara. Na wzmocnienie kursu leja ma wpływ sytuacja dolara na międzynarodowych rynkach walutowych, jak również większe niż przewidywano wpływy waluty obcej Mołdawian pracujących za granicą.

Niestety Mołdawia w 2011 r. nie zrealizowała żadnych reform zbliżających ją z Unią Europejską. Unia Europejska traktuje wewnętrzne reformy jako warunek konieczny do rozpoczęcia negocjacji nad strefą wolnego handlu.

Na rynku mołdawskim dystrybucją wyrobów importowanych z Polski zajmują się następujące firmy: MCF ENGROS, FTALI CHIRIAC oraz STIALIT. Na rynku mołdawskim również wprowadzane są zmiany w portfolio – do oferty wszedł system dociepleń FOVEO oraz wyroby do drewna Vidaron.

W 2011 roku za 6 miesięcy FFiL Śnieżka S.A. osiągnęła w Mołdawii sprzedaż 4 234,9 tys. zł, co dało dynamikę 119 % w stosunku do roku 2010.

W sprzedaży dominowały następujące dwie grupy wyrobów: 43 % stanowiła sprzedaż wyrobów ftalowych, 37 % sprzedaży stanowiły wyroby emulsyjne .

KAZACHSTAN

Prognozy rozwoju gospodarczego Kazachstanu w najbliższych latach przewidują systematyczny wzrost, czego odzwierciedleniem są starania wejścia kraju do grupy 50 najbardziej konkurencyjnych gospodarek świata. W projekcie budżetu na lata 2009 – 2013 założono pierwotnie wzrost 5 – 7 % (po korekcie zaplanowano 2,7 – 4,1 %). Realnie w 2010 r. wzrost wyniósł 7 %.

Kazachstan jest rynkiem, który bardzo od reaguje na międzynarodowe problemy na rynkach finansowych. Występuje również silna presja inflacyjna.

W 2011 r. obserwujemy wzrost polsko – kazachstańskiej wymiany handlowej: w okresie styczeń – kwiecień polski eksport wyniósł 150 mln USD (wzrost o 44 %), import z Kazachstanu – 177 mln USD (wzrost 18 %), co daje łączne obroty 327 mln USD (wzrost o 29 %). Na przestrzeni ostatnich lat współpraca między Polską a Kazachstanem rozwija się aktywnie w wielu dziedzinach gospodarki m.in. w handlu wyrobami chemii budowlanej.

Sytuacja ta ma również swoje odzwierciedlenia w obrotach z naszą Spółką. Sprzedaż na rynek kazachstański w I połowie 2011 wyniosła 1,5 mln zł, co stanowi 150 % dynamiki w stosunku do roku ubiegłego. W Kazachstanie największy udział w sprzedaży zajmują produkty dekoracyjne i wykończeniowe, głównie emulsje.

Rozwój oferty produktowej w I półroczu 2011

W roku 2010 Spółka dokonała istotnych zmian w organizacji portfolio jej produktów. Stosując podejście multibrandingowe, na rynek wprowadzono nowe marki, grupujące produkty o ściśle określonym zastosowaniu i skierowane do konkretnych grup odbiorców.

Z początkiem roku 2011 Spółka, odpowiadając na zapotrzebowanie rynku, wprowadziła do sprzedaży jeszcze jedną markę – SENSEO. W jej skład wchodzi emulsja do ścian i sufitów w gotowych kolorach oraz emalia do drewna i metalu. Oferta ta jest skierowana przede wszystkim do segmentu *economy*, gdzie cena jest istotnym determinantem zakupu.

Dodatkowo, w I półroczu 2011 Spółka wprowadziła na rynek, w ramach istniejących już marek, kilka nowych produktów. Portfolio marki ŚNIEŻKA wzbogaciło się o emalię do malowania PCV oraz Lakierobejcę ochronno-dekoracyjną EXTRA. Ofertę marki ACRYL-PUTZ uzupełniono o dwa nowe produkty: szpachlę Basic oraz Klej Gipsowy. W omawianym okresie wzbogacono także, o kolor biały, kolekcję farb sztandarowego wyrobu marki ŚNIEŻKI Barwy Natury. Na rynku pojawiała się także zmodyfikowana emulsja ŚNIEŻKA Extra Fasadowa, w 21 gotowych kolorach. Powiększono także ilość produktów dostępnych w linii Multispray, wprowadzając do oferty 5 nowych wyrobów.

Ważną częścią portfolio Spółki jest oferta wyrobów przemysłowych. W omawianym okresie Spółka prowadziła działania rozwijające dystrybucję farb proszkowych PROXIMAL, które począwszy od IV kwartału 2010 roku są produkowane w jej oddziale w Lubzinie. Produkcja odbywa się na dwóch liniach, co jest istotne dla utrzymania odpowiedniego poziomu realizacji zamówień. Aby zapewnić odpowiednią obsługę Klientów wzmocniono sieć przedstawicieli handlowych dedykowanych do działania na tym segmencie rynku.

Działania marketingowe w I półroczu 2011 roku.

W omawianym okresie Spółka prowadziła szereg działań marketingowych, wspierających kluczowe, w jej portfolio, produkty. Realizowano kampanię reklamową marki ŚNIEŻKA Barwy Natury, która była kontynuacją komunikacji z roku 2010. W działaniach prowadzonych pod hasłem „Natura koloru” wykorzystywano głównie telewizję i prasę wnątrzną. Na rok 2011 przygotowano także nowe materiały POS, wspomagające komunikację marki w punktach sprzedaży. W przypadku marki VIDARON wiodącym medium zastosowanym w prowadzonych działaniach było radio. Kampanię rozpoczęto w kwietniu, wykorzystując do emisji spotu reklamowego główne stacje radiowe. Działania te uzupełniono aktywnością w prasie – reklamy marki ukazały się w wielu tytułach branżowych oraz tematycznych. Dodatkowo przygotowano szereg artykułów edukacyjnych, prezentowanych w materiałach drukowanych i filmów instruktażowych, które ukazały się w internecie: na stronie www marki oraz w mediach społecznościowych. Marka VIDARON aktywna była również na rynku litewskim i ukraińskim, gdzie prowadzono działania reklamowe z wykorzystaniem radia, prasy oraz outdooru. W czerwcu rozpoczęto działania reklamowe dla marki ACRYL-PUTZ. Kampania „Zawodowcy wiedzą co dobre”, której celem było wsparcie sprzedaży tej grupy produktów prowadzona była z wykorzystaniem radia. Spot komunikujący korzyści płynące z zastosowania wyrobów marki emitowany był w najpopularniejszych stacjach radiowych. Dodatkowo w punktach sprzedaży pojawiły się przygotowane specjalnie dla tej kampanii materiały drukowane, a w internecie nowa strona www.acrylputz.pl

W omawianym okresie wsparcie uzyskała także marka MAGNAT. Na sezon 2011 przygotowano nowe propozycje zestawień kolorystycznych, zebrane w cztery trendy. Nowe aranżacje wnętrz zostały zaprezentowane w specjalnie przygotowanych materiałach POS. Na rynku pojawiły się foldery z inspiracjami, a także poradniki, w praktyczny sposób ułatwiające wybór kolorów i odpowiednie ich zestawianie. W maju rozpoczęto kampanię reklamową wykorzystującą zmodyfikowany spot z roku 2010, który emitowany był w wybranych stacjach telewizyjnych, a także w sieci kin. Marka zaznaczyła także swą obecność w prasie –

klasyczne reklamy i artykuły, przedstawiające najmodniejsze aranżacje wnętrz ukazały się w najpopularniejszych magazynach wnętrzarskich oraz lifestylowych.

6. Badania i rozwój

W I półroczu 2011 roku działalność badawczo-rozwojowa Spółki skupiała się na opracowywaniu receptur nowych wyrobów oraz doskonaleniu już istniejących na rynku. Szczególny nacisk położono na rozwój oferty Spółki w zakresie systemu kolorowania, pracując nad zwiększeniem ilości produktów różnych marek możliwych do barwienia w punkcie sprzedaży. Dodatkowo realizowano prace badawcze mające na celu doskonalenie procesu produkcyjnego, tak aby utrzymać wysoką jakość wyrobów przy jednoczesnym obniżaniu kosztów ich wytworzenia, a także przy zapewnieniu pełnego bezpieczeństwa i ochrony środowiska naturalnego w trakcie ich wytwarzania i stosowania.

Zarządzanie jakością w Spółce oparte jest o wdrożony i ciągle doskonalony System Zarządzania Jakością wg normy ISO 9001.

Ogólne cele jakościowe FFiL ŚNIEŻKA S.A. zawarte są w Polityce Jakości i odnoszą się do:

- rozwoju firmy,
- zadowolenia Klienta,
- najwyższej jakości we wszystkich obszarach swojej działalności,
- wzmocnienia pozycji w zakresie jakości wytwarzanych produktów.

Szczegółowe i skonkretyzowane cele jakościowe zawarte są w Standardowym Planie Jakości.

W I półroczu 2011 r. mierniki celów jakościowych zostały udoskonalone i na nowo sformułowane. Przyjęte mierniki są realne oraz mierzalne, tzn. każdy cel ma swój ściśle określony poziom wskaźnika, na podstawie którego oceniana jest jego realizacja

Podczas przeprowadzonego w firmie audytu trzeciej strony (audyt niezależny), czyli audytu wykonywanego przez jednostkę niezależną – firmę DEKRA Certification Sp. z o.o. nie stwierdzono niezgodności, co potwierdza, że wdrożony system funkcjonuje poprawnie i jest stale doskonalony.

7. Polityka zaopatrzenia

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

8. Zatrudnienie

Zatrudnienie w FFiL ŚNIEŻKA S.A jest związane z zapotrzebowaniem rynku na produkty oferowane przez firmę. Konsekwencją zachowania rynku w 2011 roku oraz zmian reorganizacyjnych w firmie (przeniesienie produkcji farb proszkowych) jest nieznaczny spadek w zatrudnieniu pracowników, w porównaniu do stanu na koniec czerwca ubiegłego roku. Wg stanu na dzień 30.06.2011 r. zatrudnienie w Spółce wyniosło 623 osoby. Zatrudnieni w Spółce pracownicy to ludzie w średnim wieku o dużym potencjale, wspierani przez doświadczoną kadrę zarządzającą.

	do 20 lat	21 - 30	31 - 40	41 - 50	powyżej 50 lat
2010 rok	12	138	282	126	83
2011 rok	8	137	265	130	83

Zdecydowana większość pracowników jest zatrudniona na podstawie umów o pracę na czas nieokreślony.

W strukturze zatrudnienia wg płci zdecydowaną większość, bo około 77 % wszystkich zatrudnionych, stanowią mężczyźni, co związane jest z produkcyjnym charakterem działalności firmy, natomiast w kierownictwie kobiety stanowią 30 %.

	Liczba zatrudnionych	w tym kobiet	Na stanowiskach nierobotniczych	W tym kobiet	Na stanowiskach robotniczych	W tym kobiet	Na podstawie umów o pracę na czas nieokreślony	Na podstawie umów terminowych
2010 rok	641	168	255	119	386	49	531	110
2011 rok	623	145	237	98	386	47	518	105

Wśród pracowników Spółki największy odsetek stanowią osoby z wykształceniem średnim, co związane jest z głównym profilem działalności firmy – produkcją.

	Wykształcenie podstawowe	Wykształcenie zawodowe	Wykształcenie średnie	Wykształcenie wyższe
2010 rok	36	168	273	164
2011 rok	28	167	269	159

Pracownicy systematycznie podlegają procesowi doskonalenia i podwyższania swoich kwalifikacji zawodowych. Zatrudnieni w firmie pracownicy uczestniczą w różnych formach szkoleniowych: kursach, seminariach, wykładach czy studiach podyplomowych, z których część ma charakter obligatoryjny (zdobycie lub odnowienie potrzebnych uprawnień), pozostałe zaś służą poszerzeniu wiedzy. Część kadry kierowniczej uczestniczyła w szkoleniu z metody zarządzania jakością Six Sigma, przygotowującym ich do wdrażania tego podejścia w procesach biznesowych Spółki. Firma wspiera pracowników uczących się na studiach wyższych oraz podyplomowych poprzez udzielenie urlopów szkoleniowych oraz finansowanie kosztów czesnego. W pierwszym półroczu 2011 r. firma we współpracy z Powiatowym Urzędem Pracy umożliwiła pięciu osobom odbycie stażu zawodowego, a cztery osoby odbyły praktykę studencką. W I półroczu 2011 roku zrealizowano 54 szkolenia. Liczba osób uczestniczących w szkoleniach: 119 osób, w tym 44 kobiety.

W 2011 r. zauważa się spadek rotacji pracowników, co świadczy o rosnącej stabilizacji załogi i identyfikowaniu się pracowników z firmą.

Wyszczególnienie	Rotacja zatrudnionych w %
2010 rok	13,39 %
2011 rok	11,61 %

Tak jak w poprzednich latach, w I półroczu 2011 roku odnotowano dalszy realny wzrost przeciętnego wynagrodzenia w Spółce – 3 580,15 zł, w porównaniu do I półrocza 2010 roku – 3 540,29 zł.

System wynagrodzeń oraz premiowania pracowników wspierane są motywatorami pozapłacowymi w formie finansowania lub współfinansowania:

- różnego rodzaju kursów, szkoleń i studiów,
- rekreacji i wypoczynku w ramach ZFŚS, poprzez atrakcyjne wycieczki, karnety do kina, na basen, karnety na zajęcia sportowe i pikniki rodzinne,
- spotkania integracyjne pracowników.

System premiowania pracowników oparty jest na premiach:

- miesięcznych uzależnionych od ilości i jakości wykonywanej pracy, dyspozycyjności oraz przestrzegania regulaminów i zarządzeń,
- kwartalnych i rocznych uzależnionych od wyników finansowych firmy.

9. Inwestycje w środki trwałe i wartości niematerialne

Zadania inwestycyjne w 2011 roku realizowane są w oparciu o zatwierdzony plan inwestycji oraz o szczegółowe jednostkowe decyzje Zarządu Firmy oraz Rady Nadzorczej. Na 2011 rok na realizację zadań inwestycyjnych przeznaczono kwotę 21.495 tys. zł.

W pierwszym półroczu 2011 r. poniesiono nakłady na inwestycje rzeczowe i wartości niematerialne w kwocie 9,5 mln zł, co stanowi dynamikę -23,4% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Inwestycje realizowane i zrealizowane w 2011 roku podzielić można na:

1. Rozbudowa powierzchni magazynowych z wyposażeniem,
2. Rozbudowa zdolności produkcyjnych oraz adaptacja linii technologicznych do nowych wyrobów, wymiana i modernizacja parku maszynowego łącznie z budynkami produkcyjnymi,
3. Modernizacja i rozbudowa infrastruktury Firmy – drogi i place, systemy kanalizacji, modernizacja zasilania elektrycznego, sieci telefon., wod. – gaz, informatyczne w poszczególnych Oddziałach Firmy itp.,
4. Inne – środki transportu, tablice informacyjne i reklamowe, techniczna ochrona firmy, analizy i opracowania związane z rozwojem i bieżącą działalnością firmy, zaplecze kontrolno-badawcze.

Cel działań inwestycyjnych, to osiągnięcie celów:

1. Zaspokojenie wzrastającego zapotrzebowania rynku na wyroby FFiL "Śnieżka" S.A.,
2. Rozszerzenie asortymentu wyrobów,
3. Poprawa jakości wyrobów,
4. Usprawnienie magazynowania i dystrybucji wyrobów na rynek hurtowy i detaliczny,
5. Sprawniejsza obsługa klientów,
6. Wzrost wydajności instalacji produkcyjnych poprzez automatyzowanie procesów produkcyjnych,
7. Zakupy środków trwałych pod przyszłą rozbudowę Firmy,
8. Dostosowanie działalności Firmy do wprowadzanego prawa krajowego i europejskiego,
9. Ochrona środowiska naturalnego poprzez ograniczanie emisji czynników szkodliwych do atmosfery oraz ograniczenie zanieczyszczenia gleby,
10. Poprawa pewności zasilania energetycznego Firmy.

*Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. w Lubzinie
Sprawozdanie Zarządu za 6 miesięcy 2011 roku*

Lp.	Kierunki nakładów inwestycyjnych	Wykonanie w roku 2010 w tys zł.	Wykonanie za I półrocze 2011 w tys zł	Prognoza na 2011 w tys zł
1	Rozbudowa powierzchni magazynowej z wyposażeniem /budynki, regały, zbiorniki magazynowe/	8 213	3 360	3 320
2	Rozbudowa, modernizacja bazy produkcyjnej /park maszynowy, budynki/	12 183	2 867	6 525
3	Rozbudowa, modernizacja infrastruktury firmy /drogi, place, sieci elektr., telefon, wod., kan., gaz, informatyczne	929	202	3 118
4	Pozostałe /środki transportu, tablice informac., reklamowe, techniczna ochrona firmy modernizacja i rozbudowa zaplecza kontrolno - badawczego itd./	4 032	2 934	8 632
Razem:		25 357	9 363	21 595

Nakłady przeznaczone na finansowanie inwestycji w 2011 roku przeznaczone są głównie na usprawnienie tych obszarów, które utrudniały działalność Firmy lub ograniczały sprostanie zapotrzebowaniom rynku.

Konieczna była ciągła poprawa systemu obsługi klienta na coraz trudniejszym rynku i dla coraz bardziej wymagającego klienta. Stąd koniecznym było dalsze porządkowanie gospodarki magazynowej przez stworzenie odpowiedniej ilości miejsc magazynowych odpowiadających nowoczesnym standardom magazynowania i dystrybucji wyrobów.

Zmieniające się trendy na rynku wymusiły także konieczność adaptowania linii technologicznych do nowych potrzeb, a także rozbudowę zdolności produkcyjnych. Jednym z przykładów tego było uruchomienie nowej linii produkcyjnej farb proszkowych, która zwiększy znacznie zdolności produkcyjne tego produktu, zaś dalsze uzupełnienie jej o dodatkowe urządzenia pozwoli na rozszerzenie asortymentu wyrobów. Ciągły proces automatyzacji procesów produkcyjnych skutkuje wzrostem wydajności instalacji produkcyjnych z zachowaniem powtarzalności jakości wyrobów. Ciągła rozbudowa parku maszynowego kierunkuje również nakłady inwestycyjne na poprawę pewności zasilania energetycznego Firmy. Sprawne zarządzanie firmą wspiera także ciągle modernizowany system informatyczny. Wdrażane programy informatyczne pozwalają na bieżące śledzenie zdarzeń w Firmie i szybkie oraz skuteczne reagowanie na nie. Łatwiej zatem optymalizować koszty produkcji, gospodarkę materiałową oraz koszty ogólne Firmy.

Każdy temat inwestycyjny jest realizowany tak, aby spełniał wymagania ochrony środowiska, specyficzne dla niego i zgodne z obowiązującymi uregulowaniami prawnymi – tak krajowymi jak i unijnymi. Przedsięwzięcia dotyczące ochrony środowiska to ograniczenie emisji czynników szkodliwych do atmosfery poprzez hermetyzację procesów produkcyjnych, ograniczająca emisję rozproszoną.

W procesie inwestycyjnym znaczne nakłady ponoszone są na unowocześnianie instalacji produkcyjnych oraz automatyzację procesów produkcyjnych. Skutkuje to poprawą jakości

wyrobów, wzrostem wydajności pracy, powtarzalnością parametrów wyrobów i optymalizuje koszty wytwarzania.

Systematyczne inwestowanie w rozwój zaplecza badawczo-rozwojowego i kontrolnego pozwoliło na stworzenie warunków badawczych zapewniających sprawne opracowywanie nowych wyrobów, prowadzenie prac badawczych a także skuteczną kontrolę wyrobów i surowców.

Nadal zachowane zostaną podstawowe kierunki inwestowania tj.:

- Modernizacja linii technologicznych,
- Rozwój zaplecza kontrolno-badawczego,
- Modernizacja gospodarki magazynowej i dystrybucji wyrobów,
- Dostosowywanie infrastruktury Firmy do zmieniających się potrzeb,
- Rozwój bazy informatycznej w Firmie,
- Wprowadzanie nowych wyrobów.

Przedsięwzięcia inwestycyjne realizowane były i będą w oparciu o opracowane i zatwierdzone plany inwestycji. Ewentualne zmiany realizacji zatwierdzonych planów wynikały z bieżących potrzeb Firmy bądź zmieniających się warunków otoczenia zewnętrznego. Zmiany te, po analizie, realizowane były po akceptacji Zarządu i Rady Nadzorczej Firmy. Własne zaplecze techniczne wykorzystywane jest głównie do bieżącej obsługi produkcji i drobnych prac modernizacyjnych oraz jednostkowej produkcji urządzeń produkcyjnych. Biorąc pod uwagę posiadane aktualnie w Firmie zdolności produkcyjne, stwierdzić można, że ewentualne niezrealizowanie niektórych planowanych zadań inwestycyjnych nie wpłynie zasadniczo na działalność Firmy. Skutkować to może koniecznością okresowej zmiany organizacji pracy w grupach produkcyjnych i zajmujących się dystrybucją wyrobów do klientów.

10. Finanse

Wybrane dane finansowe FFiL Śnieżka S.A. w tys zł	I półrocze 2011	I półrocze 2010	różnica	dynamika %
I. Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	214 252	213 001	1 251	100,6%
II. Zysk (strata) z działalności operacyjnej	6 247	23 091	(16 844)	27,1%
III. Zysk (strata) brutto	8 853	22 346	(13 493)	39,6%
IV. Zysk (strata) netto	7 604	18 849	(11 245)	40,3%
V. Pełny dochód za dany okres	7 604	18 849	(11 245)	40,3%
VI. Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	5 054	5 630	(576)	89,8%
VII. Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(5 421)	(8 514)	3 093	63,7%
VIII. Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(1 946)	12 693	(14 639)	-15,3%
IX. Przepływy pieniężne netto, razem	(2 313)	9 809	(12 122)	-23,6%
X. Aktywa razem	371 254	362 159	9 095	102,5%
XI. Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	191 600	183 472	8 128	104,4%
XII. Zobowiązania długoterminowe	5 337	5 051	286	105,7%
XIII. Zobowiązania krótkoterminowe	186 263	178 421	7 842	104,4%
XIV. Kapitał własny	179 654	178 687	967	100,5%
XV. Kapitał zakładowy	13 551	13 554	(3)	100,0%
XVI. Liczba akcji (w szt.)	13 550 676	13 553 587	(2 911)	100,0%
XVII. Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	0,56	1,39	(0,83)	40,3%
XVIII. Rozwodniony zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (w zł)	0,56	1,39	(0,83)	40,3%
XIX. Wartość księgową na jedną akcję (w zł)	13,26	13,18	0,07	100,6%
XX. Rozwodniona wartość księgową na jedną akcję (w zł)	13,26	13,18	0,07	100,6%

Majątek i jego finansowanie

W I półroczu 2011 roku odnotowano 2,5% wzrost majątku Spółki w porównaniu do I półrocza 2010 roku. Aktywa trwałe wzrosły o 3,2%, natomiast wzrost aktywów obrotowych wyniósł 1,9%. Przyrost aktywów obrotowych jest spowodowany głównie 33,3% wzrostem zapasów przy jednoczesnym spadku o –50,1% inwestycji krótkoterminowych.

Wzrost aktywów został sfinansowany wzrostem zobowiązań krótkoterminowych. W rezultacie udział kapitału własnego w finansowaniu majątku spadł z 49,3% do 48,4%, natomiast zwiększyło się finansowanie kapitałami obcymi z 50,7% do 51,6%, z uwagi na – 8,7% zmniejszenie kredytów i 37,5% wzrost zobowiązań z tyt. dostaw i usług.

W I półroczu 2011 roku Spółka nie miała problemów z bieżącym regulowaniem swoich zobowiązań. Statyczna analiza płynności finansowej na koniec okresu pozwala stwierdzić, że Spółka znajduje się w dobrej kondycji finansowej. Potwierdzają to wskaźniki płynności finansowej, które przyjmują bezpieczne wartości. W porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku cykl należności w dniach jest prawie na tym samym poziomie. Należności z tytułu dostaw i usług są o –2,3 % niższe od roku poprzedniego, przy sprzedaży wyższej o 0,8%. Korzystne ukształtowanie się tego wskaźnika na koniec półrocza wynika z dyscyplinujących działań podejmowanych przez Spółkę. Wskaźnik rotacji zapasów jest na wyższym o 1,4 dnia poziomie niż rok wcześniej, a rotacji zobowiązań jest wyższy o 4,8 dnia. Spółka nie posiadała zobowiązań przeterminowanych. W wyniku przeniesienia znaków towarowych do spółki zależnej IP Solutions Sp. z o. o., koszty Śnieżki były w I półroczu wyższe o 7,65 mln. zł, z tytułu opłat licencyjnych. Kwota ta podlega wyłączeniu przy konsolidacji sprawozdań finansowych.

11. Grupa kapitałowa i powiązania kapitałowe

Wg stanu na 30.06.2011r. w skład Grupy kapitałowej Śnieżki wchodzi:

- FARBUD Sp. z o.o. w Lublinie - 80,27% udziałów,
- ŚNIEŻKA UKRAINA Sp. z o.o. w Jaworowie - 81,27% udziałów,
- ŚNIEŻKA Sp. z o.o. w Wistowej, Ukraina - 100% udziałów pośrednio poprzez Spółkę Śnieżka Ukraina Sp. z o.o.),
- HADROKOR Sp. z o.o. we Włocławku - 51,09% udziałów,
- Śnieżka - BELPOL Sp. z o.o. w Żodino koło Mińska - 88% udziałów,
- SNIEZKA ROMANIA Sp. z o.o. w Savinesti, Rumunia – 80% udziałów,
- IP SOLUTIONS Sp. z o.o. w Brzeźnicy, 100,00% udziałów,
- TM INVESTMENT Sp. z o.o. Brzeźnicy, 100,00% udziałów (bezpośrednio 5,00 %, pośrednio 95 %),
- Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL Spółka z o.o. – Grupa Śnieżka, z siedzibą w Bytowie. FFiL Śnieżka S.A. posiada 100,00% udziałów w tej spółce.

Natomiast powiązania kapitałowe dotyczą również:

- Plastbud Sp. z o.o. w Pustkowie 10,07 % udziałów

Współpraca z podmiotami powiązanymi oraz wchodzącymi w skład grupy kapitałowej:

- FARBUD Sp. z o.o. jest jedną z większych hurtowni i dystrybutorów wyrobów „Śnieżki” w regionie lubelskim.

- Śnieżka – Ukraina Sp. z o.o. w Jaworowie jest jednym z producentów farb i szpachli na Ukrainie oraz głównym dystrybutorem produktów FFiL Śnieżka S.A. w Brzeźnicy. Jej wyroby są sprzedawane pod marką Śnieżka. Dysponuje ona znaczącym potencjałem produkcyjnym oraz własną siecią odbiorców.
- Śnieżka Sp. z o.o. w Wistowej była jednym z producentów farb rozpuszczalnikowych na Ukrainie, której majątek produkcyjny oraz działalność operacyjna została przeniesiona na początku 2011 roku do Śnieżki – Ukraina Sp. z o.o. w Jaworowie.
- HADROKOR Sp. z o.o. we Włocławku zajmuje się produkcją wysokiej jakości wyrobów antykorozyjnych sprzedawanych pod marką własną i marką Śnieżka i uzupełniających jej ofertę. Dysponuje własnym potencjałem wytwórczym, technologią, kadrami o wysokim stopniu doświadczenia zawodowego oraz własnym rynkiem zbytu. Wprowadzenie wyrobów Hadrokora do oferty Śnieżki wzbogaciło ją o nowe ważne pozycje nie produkowane przez Śnieżkę oraz umożliwiło poszerzenie jej kręgu odbiorców przemysłowych.
- 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.
- ŚNIEŻKA ROMANIA Sp. z o.o. w Savinesti, Rumunia – przedmiotem działalności Spółki jest dystrybucja produktów Śnieżki na rynku rumuńskim.
- IP SOLUTIONS Sp. z o.o. w Brzeźnicy – przedmiotem działalności Spółki jest zarządzanie znakami towarowymi w tym udzielanie licencji na korzystanie ze znaków towarowych spółkom powiązanym w Grupie Kapitałowej.
- TM INVESTMENT Sp. z o.o. w Brzeźnicy – Spółka znajduje się w początkowej fazie rozwoju.
- Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL Sp. z o.o. – Grupa Śnieżka z siedzibą w Brzeźnicy – współpraca z Fabryką Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL Sp. z o.o. polega na dzierżawie nieruchomości na potrzeby Spółki dominującej.

Współpraca z podmiotami powiązanymi kapitałowo dotyczyła ponadto spółki Plastbud Sp. z o.o. w Pustkowie – zajmuje się produkcją colorexów do systemów kolorowania Śnieżki. Ponadto jest dostawcą niektórych surowców oraz towarów.

Zmiany w strukturze własnościowej kapitałów Spółek powiązanych Grupy Kapitałowej Śnieżka w I półroczu 2011 roku oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania:

Zmiany w strukturze własnościowej kapitałów Spółek powiązanych Grupy Kapitałowej Śnieżka w I półroczu 2011 roku oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania:

- W dniu 29 kwietnia 2011 r. FFiL Śnieżka S.A. dokonała zbycia posiadanych 74% udziałów Spółki Śnieżka Sp. z o.o. z siedzibą w Wistowej, rejon Kałuski, woj. Iwano-Frankowskie na Ukrainie, o wartości nominalnej 7.152.603,96 (słownie: siedem milionów sto pięćdziesiąt dwa tysiące sześćset trzy i 96/100) hrywien (UAH), za cenę 4.040.000 UAH (słownie: cztery miliony czterdzieści tysięcy hrywien ukraińskich, co na dzień uwierzytelnienia przedmiotowej umowy stanowiło 342.871,31 EUR (słownie: trzysta czterdzieści dwa tysiące osiemset siedemdziesiąt jeden i 31/100 euro). Nabywcą była Spółka Śnieżka - Ukraina Sp. z o.o. w Jaworowie, Ukraina, która była dotychczasowym właścicielem 26% udziału w przedmiotowej Spółce.

- W dniu 9 maja 2011 r. FFiL Śnieżka S.A. dokonała zbycia posiadanych 50 udziałów Spółki FARBUD Sp. z o.o. z siedzibą w Lublinie za kwotę 484.750,- zł (słownie: czterysta osiemdziesiąt cztery tysiące siedemset pięćdziesiąt złotych). Nabywcą była Spółka FARBUD Sp. z o.o. w Lublinie, która zakupiła te udziały celem ich umorzenia zgodnie z przepisami ustawy z dnia 15 września 2000 r. – Kodeks Spółek Handlowych.
- W dniu 20 lipca 2011 r. Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Spółki Śnieżka - Ukraina Sp. z o.o. w Jaworowie, Ukraina, wyraziło zgodę na obniżenie kapitału podstawowego Spółki Śnieżka Sp. z o.o. z siedzibą w Wistowej, rejon Kałuski, Woj. Iwano-Frankowskie na Ukrainie, z wartości nominalnej 9.665.681,00 (słownie: dziewięć milionów sześćset sześćdziesiąt pięć tysięcy sześćset osiemdziesiąt jeden) hrywien (UAH), do kwoty 3.965.681,00 UAH (słownie: trzy miliony dziewięćset sześćdziesiąt pięć tysięcy sześćset osiemdziesiąt jeden hrywien ukraińskich) celem zaktualizowania wyceny posiadanych udziałów. Wnioskodawcą była Spółka Śnieżka - Ukraina Sp. z o.o. w Jaworowie, Ukraina, która jest właścicielem 100% udziału w przedmiotowej Spółce.

12. Struktura własności (informacje o akcjonariuszach i wielkości aktualnych udziałów).

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:

Akcjonariusz	Liczba posiadanych akcji	Udział w kapitale zakładowym (%)	Liczba głosów	Udział w ogólnej liczbie głosów na WZA (%)
Jerzy Pater*	2.541.667 w tym bezpośrednio 166.667	18,76 1,23	3.208.335 833.335	20,63 5,36
Stanisław Cymbor**	2.541.667 w tym bezpośrednio 166.667	18,76 1,23	3.208.335 833.335	20,63 5,36
Piotr Mikrut	bezpośrednio 1.254.166	9,26	1.787.498	11,49
Rafał Mikrut	bezpośrednio 1.254.167	9,26	1.254.167	8,06
AMPLICO OFE	1 710 696	12,62	1 710 696	11,00

*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 ciągu I półrocza 2011 roku zaszły następujące zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Emitenta:

W dniu 14 marca 2011 roku Spółka otrzymała informację z AMPLICO Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A., opatrzonej datą 11 marca 2011 roku, o przekroczeniu przez zarządzany przez nie AMPLICO Otwarty Fundusz Emerytalny (zwany dalej „OFE”) 10% ogólnej liczby głosów w Spółce Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A.

Przekroczenie progu 10% głosów nastąpiło w wyniku zawarcia transakcji nabycia akcji Spółki w dniu 7 marca 2011 roku. Bezpośrednio przed zmianą udziału OFE posiadał 1 540 481 akcji zwykłych na okaziciela spośród 13 550 676 akcji, co stanowiło 11,37% kapitału zakładowego Spółki i uprawniało do 1 540 481 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowiło 9,90% ogółu głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

Aktualnie OFE posiada 1 710 696 akcji zwykłych na okaziciela spośród 13 550 676 akcji, co stanowi 12,62% kapitału zakładowego Spółki i uprawnia do 1 710 696 głosów na Walnym Zgromadzeniu, co stanowi 11,00% ogółu głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

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

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną Polski

Wyniki makroekonomiczne polskiej gospodarki oraz tempo jej rozwoju mają istotny wpływ na rynek budowlany, a tym samym wpływają na: siłę nabywczą konsumentów produktów Spółki w Polsce, skłonność do rozpoczynania nowych inwestycji oraz przeprowadzania remontów przez nabywców detalicznych.

Czynniki związane z ogólną sytuacją gospodarczą kraju, kształtujące również sytuację majątkową ostatecznych konsumentów, w tym: poziom i zmiany produktu krajowego brutto, sytuacja na rynku pracy, wysokość średniego wynagrodzenia, polityka podatkowa państwa, poziom inflacji i zmiany kursów walut także wpływają na poziom zainteresowania Klientów produktami oferowanymi przez Firmę.

Dobra koniunktura gospodarcza wpływa pozytywnie na poziom zakupów konsumpcyjnych. Przeciwnie, spowolnienie gospodarcze w Polsce i atmosfera głębokiego kryzysu w gospodarce światowej powodują ograniczenie zakupów i zmianę preferencji zakupowych konsumentów. W przypadku Firmy produkcyjnej wzrost koniunktury gospodarczej ma bezpośrednie przełożenie na możliwość chłonięcia przez rynek większej ilości oferowanych przez nią wyrobów. Obecna koniunktura gospodarcza kraju sprzyja wzrostowi poziomu inwestycji w branży budowlanej, ze szczególnym uwzględnieniem budownictwa infrastrukturalnego oraz związanego z ochroną środowiska. Istnieje jednak ryzyko, iż w przypadku pogorszenia koniunktury gospodarczej może nastąpić pogorszenie się wyników finansowych Spółki

Prognozowany wzrost PKB oraz dalszy wzrost koniunktury w kolejnym roku powinny mieć dobre przełożenie na sektor, w którym działa Spółka.

Ryzyko związane z rynkiem budowlanym i remontowym

Branża budowlana w Polsce jest ściśle związana z sytuacją gospodarczą kraju. Wraz ze wzrostem dynamiki PKB następuje również wzrost produkcji budowlano-montażowej.

Wielkość polskiego rynku budowlanego stabilnie wzrasta. Pomimo obserwowanego w ostatnich latach osłabienia koniunktury w segmencie budownictwa mieszkaniowego, widoczny jest wzrost budownictwa infrastrukturalnego, jak również związanego z ochroną środowiska. Bez wątplenia wszelkie inwestycje związane z EURO 2012 są szansą dla rynku budowlanego. Ilość budów oraz wydanych pozwoleń na budowę, a także oddanych już do użytkowania mieszkań przekłada się na zapotrzebowanie na produkty z sektora chemii budowlanej. Należy mieć na uwadze ryzyko zmiany tej sytuacji. W wyniku obniżenia poziomu produkcji budowlano-montażowej oraz pogorszenia się sytuacji finansowej inwestorów, obniżeniu może ulec zapotrzebowanie na artykuły chemii budowlanej, co z kolei może przełożyć się na wyniki finansowe Śnieżki. W celu ograniczenia powyższego ryzyka Śnieżka prowadzi monitoring koniunktury na rynku budowlanym.

Ryzyko związane z konkurencją

Śnieżka funkcjonuje na bardzo konkurencyjnym rynku. Są na nim obecne duże firmy międzynarodowe, a Śnieżka jako jedyna z branży działa bez wsparcia kapitału zagranicznego. Rynek jest zdominowany przez czterech graczy. Udział Śnieżki w polskim rynku, w ujęciu ilościowym wynosi 16%. Śnieżka stara się wzmacniać swoją pozycję rynkową i przewagę konkurencyjną poprzez nacisk na zwiększenie skali działania, poszerzenie oferowanego asortymentu i wysoką jakość obsługi odbiorców. Ważnym elementem budowania przewagi konkurencyjnej jest wykorzystanie siły własnych marek i ich dalsze umacnianie, głównie poprzez działania promocyjno-reklamowe. Podobnie jak konkurenci, Śnieżka z roku na rok zwiększa swoją aktywność promocyjno-marketingową. Nasilenie działań konkurentów, oprócz pogorszenia wyników finansowych firmy, może powodować także trudności w pozyskiwaniu i utrzymaniu istniejących Klientów. Śnieżka obserwuje i analizuje działania konkurencji w celu zminimalizowania tego ryzyka.

Ryzyko związane z kanałami dystrybucji

W I półroczu 2011 roku sprzedaż w Śnieżce opierała się głównie na tradycyjnym modelu dystrybucji (fabryka – hurtownia – sklepy, firmy budowlane – klient ostateczny). W trudnym okresie, jakim dla branży budowlanej było pierwsze półrocze 2011 roku, silna konkurencja pomiędzy poszczególnymi producentami, także w obrębie kanału dystrybucji, doprowadziła do sytuacji, w której o każde poszczególne ogniwo należy bardzo starannie zabiegać. Na rynku farb i lakierów swoją pozycję umocniły sieci marketów DIY, w których to produkty Spółki są coraz szerzej obecne. W zeszłym roku kontynuowano współpracę z sieciami Leroy Merlin, OBI, MGI Polska Sp. z o.o. (właściciel sieci BricoMarche), Nomi oraz Praktiker. W drugim półroczu 2011 planowane jest zakończenie negocjacji z grupą Saint Gobain odnośnie obecności w niej marek produkowanych przez Śnieżkę. Współpraca z różnymi kanałami dystrybucji - tak tradycyjnym jak i nowoczesnym (sieci DIY) ma na celu doprowadzenie do dywersyfikacji kanałów dystrybucji i zminimalizowaniu ryzyka związanego ze zbyt dużym uzależnieniem się od jednego z nich.

Ryzyko związane z usługami transportowymi

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

W związku ze zwiększającą się liczbą klientów, m.in. sieci handlowe, jak również wzrostem sprzedaży, powstaje ryzyko związane z utrzymaniem terminowości dostaw. Aby zapewnić

sprawne funkcjonowanie mechanizmu usług w dostarczaniu towarów do klientów, podejmowane są działania mające zwiększyć ilość firm świadczących usługi transportowe, z którymi współpracuje Spółka. Działania polegające na większym wykorzystaniu do usług transportowych firm kurierskich, jak również zwiększanie ilości podmiotów świadczących usługi z branży TLS, pozwalają utrzymać ciągłość i terminowość dostaw do klientów.

Ryzyko związane z kontrolą należności

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

Wśród działań mających zminimalizować możliwość tego ryzyka wymienić należy:

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

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

Ryzyko walutowe

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

W spółce na bieżąco jest prowadzona analiza ryzyka walutowego FFiL Śnieżka S.A. Obecnie spółka korzysta z kredytu walutowego w USD w wysokości 15,3 mln USD, który służy zabezpieczeniu posiadanych kapitałów w spółkach zależnych na Ukrainie i Białorusi oraz zminimalizowaniu niekorzystnych różnic kursowych z wpływów eksportowych. W 2011 roku spółka 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 wysoki poziom finansowania kredytami bankowymi spółka jest także narażona na ryzyko stopy procentowej. Korzystanie z kredytu nominowanego w walucie USD umożliwi obniżenie tej stopy procentowej z powodu niższej stopy Libor USD w porównaniu ze stopą WIBOR.

Ryzyko wzrostu cen surowców

W ostatnim czasie najważniejszym ryzykiem, dotyczącym Spółki jest ryzyko wzrostu cen surowców. Podstawowe zagrożenia dotyczące surowców to:

- wzrost cen surowców,
- ograniczony dostęp do surowców.

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

W I półroczu 2011 roku poniższe surowce odnotowały znaczne wzrosty cen w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku:

SUROWCE i OPAKOWANIA	wzrost cen na przelomie 12 m-cy (%)
Biele	80
Rozpuszczalniki	65
Żyvice ftalowe	15
Dyspersje Styrenowo-Akrylowe	31
Pigmenty	10
ZAGĘSTNIKI celulozowe	13
Opakowanie metalowe	7,5
Opakowania plastikowe	13

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

Ryzyko związane ze zmianami w polskim systemie podatkowym

Ponieważ polski system podatkowy charakteryzuje się częstymi, licznymi zmianami przepisów, a wiele z nich nie jest sformalizowanych w sposób jednolity i precyzyjny, istnieje ryzyko zastosowania wykładni interpretacyjnej odmiennej od tej, którą prezentują zarówno organy skarbowe, jak i orzecznictwo sądowe.

Nie mając jednak wpływu na czynniki zewnętrzne, tworzymy w naszej spółce wewnętrzne regulacje polegające na tworzeniu takich procedur, które zmierzają do zapewnienia prawidłowej realizacji obowiązków podatkowych z wyznaczonych celów podatkowych.

Sytuacja powyższa może mieć niekorzystny, negatywny wpływ na działalność Emitenta, jego wyniki finansowe oraz dalsze perspektywy rozwoju, co wiąże się możliwością rezygnacji z zyskownych przedsięwzięć, w celu zapewnienia jej bezpieczeństwa na gruncie prawa podatkowego.

W związku z tym, że żaden przedsiębiorca nie posiada kompetencji ustawodawczych, a różnorodność źródeł ryzyka podatkowego powoduje, że nie jest w stanie całkowicie

wyeliminować ryzyka podatkowego, które w budowane jest w jego działalność jaką prowadzi.

Ryzyko niezrealizowania inwestycji planowanych

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

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

14.Nagrody, wyróżnienia

Działania Śnieżki są zauważane i doceniane. Potwierdzeniem tego są nagrody i wyróżnienia przyznawane firmie przez niezależnych ekspertów, a także przez tych, których opinia jest dla firmy najważniejsza – Konsumentów.

Certyfikat Respect Index

Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. spełniając bardzo wysokie kryteria i wymagania projektu RESPECT, znalazła się w grupie 22 firm, które weszły w skład nowego portfela indeksu. Śnieżka przeszła pomyślnie weryfikację pod względem spełnienia kryteriów płynności, realizacji praktyki w zakresie ładu korporacyjnego (Corporate Governance), ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, a także w obszarze ich działań prośrodowiskowych, społecznych i adresowanych do pracowników.

Projekt, realizowany po raz trzeci przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie we współpracy z partnerami zewnętrznymi, ma na celu wyłonienie spółek zarządzanych w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, ale ponadto mocno akcentuje atrakcyjność inwestycyjną spółek, którą charakteryzuje m.in. jakość raportowania, poziom relacji inwestorskich czy ład informacyjny. Dzięki uwzględnieniu wśród kryteriów kwalifikacyjnych parametru płynności RESPECT Indeks, podobnie jak inne indeksy giełdowe, stanowi realną referencję dla profesjonalnych inwestorów.

Premium Brand 2011

Śnieżka systematycznie trafia do grona marek, które cieszą się najlepszą opinią wśród społeczeństwa i środowiska biznesowego. W tym roku Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. już po raz piąty została uhonorowana tytułem Marki Wysokiej Reputacji w badaniu PremiumBrand.

PremiumBrand to jedyny w Polsce projekt certyfikujący reputację marek i firm. Prowadzony jest od 2006 roku. Badania były realizowane na przełomie kwietnia i maja 2011 r. Metodologia przewidywała badanie marek w 5 wymiarach reputacji: referencje, atmosfera medialna, zaangażowanie społeczne oraz marka jako pracodawca. Najwyższe wskaźniki Śnieżka otrzymała w wymiarach „referencje” i „atmosfera medialna”. Największą

rozpoznawalnością marka cieszy się wśród osób w wieku 35 – 44 lata, o wyższym wykształceniu, mieszkających w dużych miastach.

15.Podsumowanie

W I półroczu 2011 r. naszą rzeczywistość gospodarczą charakteryzowała duża niepewność i nieprzewidywalność wynikająca z postępującego spowolnienia gospodarki i zagrożenia kryzysem. Przejawiało się to w spadku realnego popytu, zarówno w kraju, jak i w znacznie większym stopniu w eksporcie. W tych trudnych realiach rynkowych uzyskane wyniki Spółki należy uznać za dobre.

Zarząd Spółki pozytywnie ocenia działania Spółki realizowane w okresie I półrocza 2011 roku. Przyczyniły się one do uzyskania wysokiej efektywności Spółki, a osiągnięte wyniki w zakresie wielkości sprzedaży, wydajności, pozycji rynkowej, a zwłaszcza sytuacji finansowej, są zgodne z realnymi możliwościami i stanowią podstawę do dalszego rozwoju firmy. W II połowie 2011 roku Zarząd Spółki będzie w dalszym ciągu realizował strategię Firmy zmierzającą do umacniania pozycji rynkowej Spółki, systematycznej poprawy jej wyników oraz wzrostu wartości rynkowej.

Zarząd FFIL Śnieżka S.A. nie publikował prognoz wyników finansowych na 2011 rok.

Oświadczenie Zarządu

Zarząd FFiL Śnieżka S.A. oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy półroczne skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe oraz półroczne skrócone sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową emitenta oraz grupy kapitałowej emitenta a także wynik finansowy emitenta i jego grupy kapitałowej. Ponadto półroczne sprawozdanie z działalności grupy kapitałowej emitenta oraz półroczne sprawozdanie z działalności emitenta zawierają prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji emitenta i jego grupy kapitałowej, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.

Dodatkowo, Zarząd FFiL Śnieżka S.A. oświadcza, że Ernst & Young Audit Sp. z o.o. jako podmiot uprawniony do przeglądu półrocznego skróconego sprawozdania finansowego oraz półrocznego skonsolidowanego skróconego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten i biegli rewidenci dokonujący przeglądu tych sprawozdań spełniali warunki do wydania bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu tych sprawozdań zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Piotr Mikrut _____

Witold Waśko _____

Joanna Wróbel-Lipa _____

Lubzina, dnia 19 sierpnia 2011 roku