



nasze kolory
idą w świat
our colours
go out to the world



Raport Roczny 2010 Annual Report

nasze kolory idą w świat



Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

our colours
go out to the world

Zarząd oraz Rada Nadzorcza Management Board and Supervisory Board	2
List Prezesa Zarządu Letter of the President of the Management Board	4
Informacje o firmie Information about Company	12
Spółki należące do Grupy Kapitałowej oraz powiązane Companies of the Group and affiliated the group	14
Strategiczne cele Grupy Kapitałowej Strategic objectives of the Group	18
Sytuacja gospodarcza w Polsce w 2010 roku Business situation in Poland in 2010	21
Sytuacja na rynku budowlanym w 2010 roku Situation of the construction market in 2010	26
Sytuacja gospodarcza na pozostałych rynkach Grupy Kapitałowej w 2010 roku Economic situation on other construction markets of the Capital Group in 2010	29
Rynek farb i lakierów w 2010 roku Paint and varnish market in 2010	30
Wpływ sytuacji gospodarczej na wyniki Grupy Kapitałowej w 2010 roku Influence of the business situation on the Group's results in 2010	34
Rozwój oferty rynkowej Development of market offer	35
Dynamika sprzedaży Sales dynamics	42
Sprzedaż na rynkach zagranicznych Export sales	44
Badania i rozwój Research and development	50
Ochrona środowiska Environment protection	54
Polityka personalna i szkolenia pracowników Human Resources and Staff Training	56
Wykaz ważniejszych nagród i wyróżnień uzyskanych przez Śnieżkę w 2010 roku Major prizes and awards for Śnieżka in 2010	60
Relacje inwestorskie Investor relations	63
Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu Corporate Social Responsibility	66
Finanse Finance	70
Opinia niezależnego biegłego rewidenta Report of an independent auditor	76
Skonsolidowane sprawozdanie z pełnego dochodu za rok 2010 Consolidated statement of comprehensive income for the year 2010	84
Skonsolidowane sprawozdanie z pozycji finansowej na dzień 31.12.2010 Consolidated statement of financial position of 31.12.2010	86
Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych za rok 2010 Consolidated statement of cash flow for the year 2010	88

Spis treści

Raport Roczny 2010 Annual Report

Content

Zarząd



02 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA



Witold Waśko
Wiceprezes Zarządu
Vice-president
of the Management Board



Joanna Wróbel-Lipa
Członek Zarządu
Member of the Management Board



Walentyna Ochab
Członek Zarządu
Member of the Management Board

Management Board

Rada Nadzorcza

Supervisory Board



Raport Roczny 2010 Annual Report 03

Jerzy Pater

Członek Rady Nadzorczej
Member of the Supervisory Board

Jakub Bentke

Członek Rady Nadzorczej
Member of the Supervisory Board

Zbigniew Łapiński

Członek Rady Nadzorczej
Member of the Supervisory Board

Stanisław Cymbor

Przewodniczący Rady Nadzorczej
Chairman of the Supervisory Board

Anna Pater

Członek Rady Nadzorczej
Member of the Supervisory Board

Stanisław Mikrut

Sekretarz Rady Nadzorczej
Secretary of the Supervisory Board

List Prezesa Zarządu

Szanowni Państwo,

pomimo, że sektor budowlany w Polsce był jedynym w krajach Europy Środkowej, w którym nie nastąpiło załamanie - miniony rok nie był łatwy dla polskich przedsiębiorców. Pierwsze miesiące 2010 roku uwidoczniły trudną sytuację, z jaką zmagają się branża. Dodatkowo niesprzyjające warunki pogodowe: niskie temperatury i powódź skutecznie ograniczyły aktywność przedsiębiorców z branży budowlanej, wpływając tym samym na spadek dynamiki zamówień oraz na negatywne nastroje na rynku nieruchomości, co bez wątpienia miało przełożenie na rynek farb i lakierów w Polsce.

Pomimo trudności i zawirowań na rynku, w 2010 roku Śnieżka osiągnęła dobre wyniki finansowe. Dynamika sprzedaży była na poziomie 101%. Przychody netto ze sprzedaży Grupy wyniosły 531,7 mln zł, zysk z działalności operacyjnej 62,3 mln zł, a zysk netto 48,2 mln zł.

Zadowolające są również rezultaty działalności zagranicznej na dwóch najważniejszych rynkach, tj. rynku ukraińskim, gdzie odnotowano wzrost sprzedaży o 1.8% oraz białoruskim, gdzie odnotowano wzrost sprzedaży o 8,6% w stosunku do roku 2009. Czynnikiem mającym największy wpływ na sprzedaż eksportową Śnieżki była sytuacja gospodarcza na głównych rynkach zagranicznych.

Koniec roku 2010 przyniósł ożywienie gospodarcze oraz poprawę nastrojów zarówno w gospodarce, jak i w samej branży budowlanej, a także nadzieję, że 2011 rok będzie lepszy. Będzie to pierwszy rok wychodzenia z kryzysu, jednak prognozy są optymistyczne. Prognozuje się dalszą stopniową poprawę koniunktury. PKB będzie nadal rosnąć, a pod koniec roku osiągnie przedział pomiędzy 4 a 4,5 %. Prognozuje się także nieznaczny spadek bezrobocia oraz wzrost średniej płacy nominalnej w gospodarce narodowej. Przedsiębiorcy z branży budowlanej prognozują także wyższe tempo wzrostu sektora w porównaniu do 2010 roku, co ma znaczenie dla rynku farb i lakierów.

W minionym roku konsekwentnie realizowaliśmy przyjętą strategię marketingową Spółki. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom Klientów, sukcesywnie zwiększaliśmy ofertę produktową, stosowaliśmy innowacyjne technologie oraz poprzez ciągłe badania podnosiliśmy jakość oferowanych produktów.

Letter of the President of the Management Board

Ladies and Gentlemen

In spite of the fact that the Polish construction sector was the only one in Central Europe not experiencing a crash, last year was not an easy one for Polish businesses. The first months of 2010 revealed the difficult situation the industry was facing. In addition, unfavourable weather conditions - low temperatures and flooding - effectively limited the activities of businesses in the construction industry, thus affecting the fall in the order dynamic and negative mood on the property market, undoubtedly influencing the paint and varnish market in Poland.

In spite of the difficulties and turmoil on the market, Śnieżka achieved good financial results in 2010. The sales dynamic stood at a level of 101%. The Group's net sales revenue was 531.7m zł,

operating profit 62.3m zł, and net profit 48.2m zł

The business results are also satisfactory on the two largest foreign markets, namely Ukraine, which saw a 1.8% growth in sales, and Belarus, where the growth in sales was 8.6% compared to 2009. The major factor affecting Śnieżka's export sales was the economic situation on the main foreign markets..

The end of 2010 brought an economic recovery and improvement in confidence both in construction and the economy as a whole, and also hope that 2011 will be better. This will be the first post-crisis year, but the forecasts are optimistic. A further gradual improvement in market conditions is predicted. GDP will continue to grow, reaching between 4 and 4.5 % by the end of the year. Also forecast is a slight fall in unemployment and an increase in the average nominal salary in the national economy. Building industry entrepreneurs are also predicting a higher growth rate for the sector compared to 2010, which is of significance for the paint and varnish market.

Last year we consistently implemented the Company's adopted marketing strategy. We met our customer's expectations by constantly increasing our product offer, applying innovative technology and improving the quality of products offered through research.

Podjęta w 2009 roku decyzja o wprowadzeniu zmian w strukturze ilościowej marek w portfolio Spółki zaowocowała na początku 2010 roku wprowadzeniem do sprzedaży nowych marek: VIDARON dla produktów do ochrony i dekoracji drewna, FOVEO TECH dla systemu ociepleń oraz BESTON dla silikonów i pianek. Długoterminowa strategia budowania marek kompetentnych, tak zwana strategia multibrandowa (wielu marek), pozwoliła oferować grupy produktów o ściśle określonym obszarze zastosowania, mające różne pozycjonowanie i skierowane do różnych segmentów rynkowych, co ułatwiło dotarcie do klienta docelowego.

Poza wprowadzeniem do sprzedaży nowych marek, rozszerzono dotychczasową ofertę produktową. Kluczowy produkt marki Śnieżka – emulsja w gotowych kolorach Barwy Natury, w sezonie 2010 pojawiła się w kwadratowym opakowaniu i w nowej, bardziej jakościowej szacie graficznej. Dodatkowo wzbogacono jej paletę barw, wprowadzając do oferty 10 nowych kolorów. O 5 nowych kolorów powiększyła się także paleta barw marki MAGNAT. Portfolio marki MAGNAT posze-

rzyło się także o bazę emulsji w wersji satynowej, a także linia ściennych dekoracji MAGNAT Style powiększyła się o 5 nowych produktów. Nowe produkty pojawiły się także w linii Vidaron, która powiększyła się o Lazurę Ochronno - Dekoracyjną oraz Szpachlę do drewna, zaś do linii produktów Beston dołączył Zmywacz powłok lakierniczych.

Rok 2010 wiązał się z kontynuacją działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. W ramach czwartej edycji programu „Kolorowe Boiska czyli... Szkolna Pierwsza Liga” ufundowaliśmy wielofunkcyjne boisko Szkole Podstawowej w Kaznowie Kolonii oraz w ramach programu „Dziecięcy Świat w Kolorach” odnowiliśmy szpital we Wrocławiu. Od 2005 roku prowadzimy Fundację Śnieżki „Twoja Szansa”, której jednym z głównych celów jest Program Pomocy Stypendialnej dla uzdolnionej młodzieży z ubogich rodzin. Pomagamy także organizacjom i klubom sportowym z naszego regionu znajdującym się w trudnej sytuacji finansowej. Ze szczerą troską patrzymy na środowisko. Dokładamy wszelkich starań aby produkcja nawet w najmniejszym stopniu nie szkodziła pięknym terenom południowej Polski. Prowadzimy prace mające na celu zmniejszenie LZO Lotnych Związków Organicznych w naszych produktach.

The decision taken in 2009 to make quantitative changes to the brands in the Company's portfolio resulted in early 2010 in the launching of new brands - VIDARON for wood protecting and decorating products, FOVEO TECH for heating systems and BESTON for silicones and foams. The long-term strategy of building competent brands, known as the multibranding strategy, has allowed a group of products to be offered with a strictly defined area of use, with varied positioning and aimed at various market sectors, making it easier to reach the target customer.

As well as launching new brands, the previous product offer was also expanded. The key Śnieżka product, Barwy Natury emulsion in ready colours, appeared in new square packaging in 2010, and in new, better quality graphics. Its palette was also enriched, with 10 new colours introduced. The MAGNAT brand's palette was also increased by 5 colours. The MAGNAT brand portfolio also expanded to include a base of satin

emulsions and the MAGNAT Style line of wall decorations included 5 new products. New products also appeared in the Vidaron line, expanded to include protective/decorative lazure and wood putty, while the Beston line was joined by varnish layer cleaner.

2010 saw a continuation of Corporate Social Responsibility actions. As part of the fourth "Coloured Pitch - School Premiership" scheme, we contributed a multifunctional sports pitch to the Primary School in Kaznów Kolonia, and renovated a hospital in Wrocław as part of the "Children's World in Colour" programme. Since 2005 we have run our own "Your Chance" foundation, one of whose main aims is the Stipendium Assistance Programme for talented young people from poor families. We also help sports clubs and organisations in our region in difficult financial situations. We look at the environment with genuine concern. We make every effort to ensure that production does not damage the beautiful terrain of southern Poland even slightly. We are working to reduce the number of volatile organic compounds in our products.

Zgodnie z polityką dywidendową w 2010 roku Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę o wypłacie dywidendy za rok wcześniejszy. Wyniosła ona 1,60 zł, tj. o ponad 18,5% więcej niż w roku ubiegłym. Łącznie na dywidendę Spółka przeznaczyła kwotę 21 685 739,20 zł. Będziemy dążyć do tego, by wraz ze wzrostem zysków grupy była wypłacana coraz wyższa dywidenda.

Nasze działania są zauważane i doceniane. Potwierdzeniem tego są liczne nagrody i wyróżnienia przyznawane firmie przez niezależnych ekspertów, a także przez tych, których opinia jest dla firmy najważniejsza – Konsumentów. Najlepszą nagrodą jest dla nas zadowolenie Klientów w odpowiedzi na jakość

naszych produktów. Zdobyte nagrody dotyczą różnych aspektów działalności firmy: są wyrazem uznania dla wyników finansowych, zaufania, referencji dla marki, a także społecznego zaangażowania. Wśród nagród przyznanych w 2010 roku znalazły się m.in.: Laur Konsumenta oraz Odkrycie Roku dla marki Vidaron, Premium Brand Marka Wysokiej Reputacji, Premium Brand Spółka Wysokiej Reputacji, Perta Polskiej Gospodarki. Spółka znalazła się także w gronie najcenniejszych polskich marek, w corocznym rankingu publikowanym przez dziennik Rzeczpospolita.

Obecnie Spółka jest firmą o stabilnej pozycji rynkowej i dobrych perspektywach rozwoju na przyszłość. Wierzymy, że mimo nie zawsze sprzyjających warunków zewnętrznych, realizując konsekwentnie założenia strategii rozwoju, można odnieść sukces gospodarczy.

Mamy nadzieję, że jesteście Państwo usatysfakcjonowani dotychczasowymi efektami naszej pracy. Pragnę podkreślić, że dołożymy wszelkich starań, aby nadal konsekwentnie realizować podjętą strategię. Zależy nam, aby sprostać wysokim wymaganiom naszych Klientów, Partnerów Handlowych, Pracowników oraz Akcjonariuszy.

In accordance with our dividend policy, the General Shareholders' Meeting passed a resolution in 2010 to pay out the dividend for the previous year. This stood at 1.60 zł, over 18.5% more than the year before. The Company allocated a total sum of 21,685,739.20 zł to the dividend. Our aim is to pay out an ever larger dividend as the group's profits increase.

Our actions are noticed and appreciated. This is confirmed by the numerous prizes and distinctions awarded to the company by independent experts, and by those whose opinion is most important for the company - the consumers. The best reward for us is the satisfaction of customers in response to the quality of our products. The awards received

concern various aspects of the company's business - they are an expression of recognition for the financial results, trust, reference for the brand and also social commitment. The awards given in 2010 included the Consumer Laurel and Discovery of the Year for the Vidaron brand, Premium Brand High Brand Reputation, Premium Brand High Company Reputation and Pearl of the Polish Economy. The company was also among the most valuable Polish brands in the annual ranking published by the Rzeczpospolita newspaper.

The Company is currently in a stable market position with good prospects for future growth. We are sure that despite the external conditions not always being favourable, economic success can be achieved by consistently implementing the development strategy.

I hope that you are satisfied with the results of our work so far. I wish to emphasise that we will make every effort to ensure the strategy adopted continues to be implemented consistently. It is important for us to meet the high demands of our Customers, Business Partners, Employees and Shareholders.

Pragnę serdecznie podziękować wszystkim, którzy tworzą naszą firmę oraz wszystkim tym, którzy przyczyniają się do jej rozwoju. W imieniu Zarządu dziękuję Indywidualnym oraz Instytucjonalnym Akcjonariuszom, Pracownikom oraz Współpracownikom. Natomiast szczególne podziękowania pragnę złożyć na ręce osób wchodzących w skład Rady Nadzorczej. Dzięki jej zaangażowaniu oraz zaufaniu możemy skutecznie realizować wszystkie planowane przedsięwzięcia.

Zapraszam do lektury Raportu Roczego 2010. Znaleźć w nim można szczegółowe informacje o Spółce, jej działalności w 2010 roku, a także wyniki finansowe oraz wszelkie inne, istotne z punktu widzenia rozwoju Spółki, informacje.

**Prezes Zarządu
Piotr Mikrut**

I wish to extend my heartfelt thanks to all those who create our company and those who contribute to its development. On behalf of the Management Board I thank the Individual and Institutional Shareholders, Employees and Co-workers. I particularly wish to thank all the members of the Supervisory Board. Thanks to their commitment and trust we can realise all our planned enterprises effectively.

Welcome to the Annual Report for 2010. It contains detailed information about the Company, its activities in 2010, financial results and all other information significant for the Company's development.

**President of the Management Board
Piotr Mikrut**



UKRAINE



08 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Ukraina

Grupa Śnieżka z ponad 20% udziałem jest zdecydowanym liderem na ukraińskim rynku farb i lakierów. Udział Spółki w tamtejszym rynku farb emulsyjnych osiągnął w 2010 roku poziom 38%

Ukraine

Śnieżka Group with over 20% share is the clear leader on the Ukrainian market of paints and varnishes. Share of the company in that market of emulsion paints reached 38% in 2010





Grupa Kapitałowa Śnieżka

Skonsolidowane przychody ze sprzedaży netto w latach 2001-2010 (mln zł)
Net revenues from sales between 2001 and 2010 (in millions of PLN)



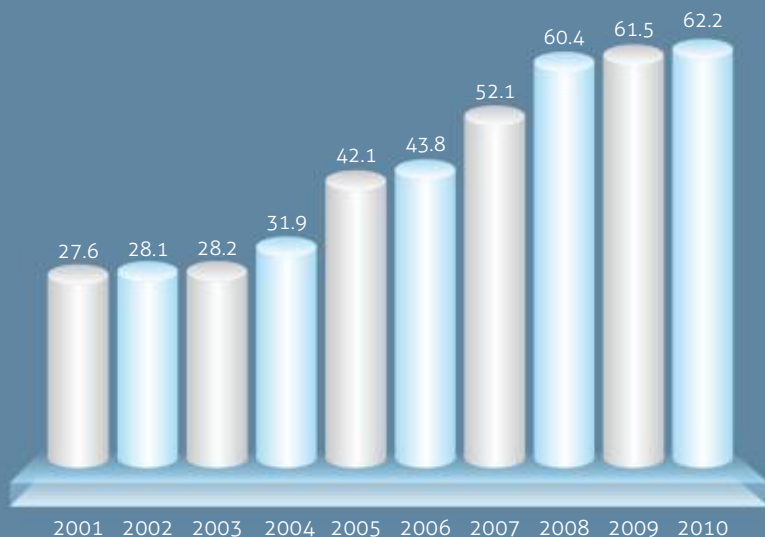
10 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Skonsolidowany zysk netto w latach 2001-2010 (mln zł)
Net profit between 2001 and 2010 (millions of PLN)



Śnieżka Capital Group

Skonsolidowany zysk operacyjny w latach 2001-2010 (mln zł)
 Operating profit between 2001 and 2010 (millions of PLN)



531 699 tys. zł -
Przychody ze sprzedaży

62 226 tys. zł -
Zysk operacyjny

47 516 tys. zł -
Zysk netto

3,51 zł - Zysk na akcję

1038 osób - Zatrudnienie
na dzień 31 grudnia 2010
roku



PLN 531,699 thousand -
Sales revenue

PLN 62,226 thousand -
Operating profit

PLN 47,516 thousand -
Net profit

PLN 3.51 - Earnings per
stock

1,038 people -
Employment as at 31
December 2010

Informacje o firmie

Fabryka farb i lakierów Śnieżka jest jednym z czołowych producentów farb i lakierów w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. Tak wysoką pozycję rynkową firma osiągnęła w niespełna 30 lat – początki firmy sięgają bowiem 1984 roku.

Misja

Zapewnienie swoim Klientom produktów o wysokiej jakości, przy uwzględnieniu zmieniających się warunków rynkowych oraz preferencji konsumentów. Działania te polegają m.in. na zwiększeniu możliwości produkcyjnych całej Grupy Kapitałowej, a także wprowadzeniu innowacji produktowych do wybranych wyrobów.

Stale poszerzamy swoją wiedzę i kompetencje, aby w profesjonalny sposób sprostać wymaganiom stawianym nam przez naszych Klientów.

Przedmiot działalności Spółki:

Produkcja farb, lakierów, rozpuszczalników, klei, 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.

12 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Paints and Varnishes Plant Śnieżka is one of the leading manufacturers of paints and lacquers in Poland and Central and Eastern Europe. The company has achieved such a high market position in less than 30 years, the beginnings of the company reach back to 1984.

Mission statement

Our mission is to provide the Customer with high quality products, while taking into consideration the changing market conditions and consumer preferences. This involves measures such as increasing the production capacity of the Capital Group and introducing innovations to some of the products.

We continue to expand our know-how and capacities to meet our Customers' requirements with full professionalism.

Company's business:

Manufacture of paints, varnishes, solvents, adhesives, putty compounds, resins, trade and finance agency, domestic and international road transport, shipment, manufacture of construction materials, construction, wholesale and retail sale, except for trade in vehicles, manufacture of chemicals and chemical products, scientific research and development, lease, rent, etc.

Information about Company

Siedziba Zarządu Spółki:

39-102 Lubzina 34 a

pow.ropczycko - sędziszowski
woj. podkarpackie

centrala: 14 681 11 11

fax: 14 682 22 22

www.sniezka.pl**Kapitał Zakładowy:**Na dzień 31 grudnia 2010 r.: 13 550 676 zł - 13 550 676
akcji o wartości nominalnej 1 zł.

W dniu 21 czerwca 2010 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy na podstawie art. 359 KSH umorzyło akcje własne na okaziciela serii F w łącznej ilości 2 911 sztuk na kwotę 2 911 zł. Umorzenie to było umorzeniem dobrowolnym. Podstawą prawną umorzenia był § 6 ust. 8 Statutu Spółki i art. 359 i 360 k.s.h. Umorzenie nastąpiło poprzez obniżenie kapitału zakładowego na podstawie art. 455 § 1 k.s.h. Umorzenie akcji nastąpiło z czystego zysku. Akcje serii D w ilości 2 911 zostały umorzone po cenie 31,04 zł każda. Nadwyżka ponad wartość nominalną akcji serii F w wysokości 87 446,44 zł została pokryta z kapitału zapasowego.

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.

Company's incorporation:

The Company operates on the basis of a Statute passed by the Stockholders' Meeting, drafted in the form of a Notarial Deed, Repertory A, No. 121/98, complemented by Deed No. 754/98 of 16.02.1998. The entry into the commercial register was performed by the District Court in Rzeszów, 5th Commercial Department, on 17.02.1998, under Commercial Register No. 1818, Section B, whereas the Company's registration in the National Court Register under number 0000060537 was on 12.11.2001 with the District Court in Rzeszów, 12th Commercial Division of the National Court Register. The Company was registered in the Central Statistical Office and received the Statistical Identification Number (REGON) 690527477, as well as in the records of the tax office and received the Tax Identification Number (NIP) 818-14-33-438.

Share capital:As at 31 December 2010: PLN 13,550,676 – 13,550,676
stocks with a nominal value of PLN 1

On 21 June 2010, the General Stockholders' Meeting, based on article 359 of the Commercial Companies Code, redeemed a total of 2,911 series F ordinary bearer equity stocks amounting to PLN 2,911. This redemption was a voluntary redemption. The legal basis for the redemption was § 6, section 8 of the Company's Statute and articles 359 and 360 of the Commercial Companies Code. The stocks were redeemed by way of decreasing the share capital pursuant to article 455 § 1 of the Commercial Companies Code. The stocks were redeemed on pure profit. 2,911 series D stocks were redeemed at PLN 31.04 each. The share premium of the series F stocks, amounting to PLN 87,446.44, was covered from the supplementary capital.

Office of the Company's**Management Board:**

39-102 Lubzina 34 a

Ropczycko – Sędziszowski Powiat
Podkarpackie Voivodship

exchange: 14 681 11 11

fax: 14 682 22 22

www.sniezka.pl**Oddziały:**

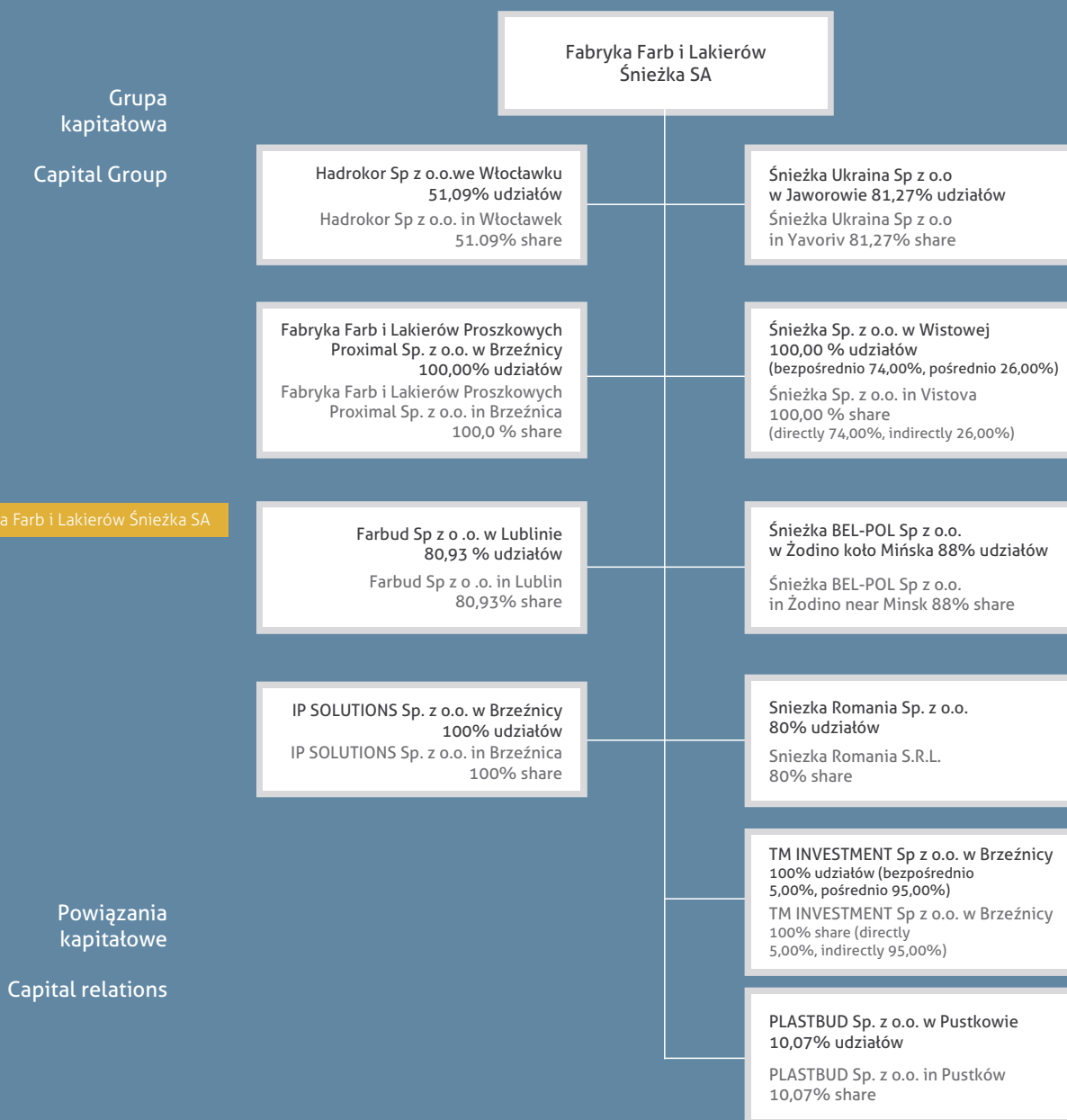
1. Lubzina 34 a
39-102 Lubzina
pow.
ropczycko – sędziszowski
woj. podkarpackie
2. Brzeźnica 18
39-207 Brzeźnica
pow. dębicki
woj. podkarpackie
3. Pustków 604
39-205 Pustków
pow. dębicki
woj. podkarpackie
4. W okresie 10 miesięcy 2010 r. produkcja farb i lakierów proszkowych realizowana była w obiekcie spółki PROXIMAL w Bytowie. W listopadzie 2010 r. produkcja farb proszkowych została przeniesiona do obiektów Oddziału Spółki w Lubzinie.

Branches:

1. Lubzina 34 a
39-102 Lubzina
Ropczycko – Sędziszowski
Powiat
Podkarpackie Voivodship
2. Brzeźnica 18
39-207 Brzeźnica
Dębicki Powiat
Podkarpackie Voivodship
3. Pustków 604
39-205 Pustków
Dębicki Powiat
Podkarpackie Voivodship
4. In the 10 months of 2010, the manufacture of powder paints and varnishes was located in the facilities of PROXIMAL in Bytów. In November 2010, the manufacture of powder paints was relocated to the facilities of the Company's Branch in Lubzina.

Spółki należące do Grupy Kapitałowej oraz powiązane

Struktura Grupy Kapitałowej na dzień 31 grudnia 2010 r. przedstawia się następująco



Member companies of the Capital Group and affiliates

The Capital Group's structure as at 31 December 2010 is as follows

Współpraca z podmiotami powiązanymi 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 wodnych 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, kadrą 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 BEL-POL 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.
- **SNIEZKA 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 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 innymi podmiotami powiązanymi kapitałowo:

Plastbud Sp. z o.o. w Pustkowie zajmuje się produkcją koncentratów pigmentowych „Colorex” oraz kolorantów do systemów kolorowania Śnieżki. Ponadto jest dostawcą niektórych surowców oraz towarów.

Cooperation with related entities being members of the Capital Group:

- **FARBUD Sp. z o.o.** is one of the major wholesalers and distributors of Śnieżka's products in the Lublin region.
- **Śnieżka-Ukraina Sp. z o.o.** in Yavoriv is one of the producers of water-based paints and fillers in Ukraine and the main distributor of FFIL Śnieżka S.A. products in Brzeźnica. 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 was a manufacturer of solvent paints in Ukraine, whose production assets and operating business were relocated in early 2011 to Śnieżka-Ukraina Sp. z o.o. in Yavoriv.
- **HADROKOR Sp. z o.o.** in Włocławek is a producer of high quality anti-corrosive products sold under its own brand and Śnieżka brand, complementing its range

of products. It offers its own output potential, technology, highly experienced staff and its own market. Adding Hadrokora products to the Śnieżka's range of products supplemented it with new important items not offered by Śnieżka and made it possible to extend the group of recipients with industrial customers.

- **ŚNIEŻKA BEL-POL Sp. z o.o.** in Zhodzina near Minsk is one of the putty, paint and varnish producers in Belarus. Its products are sold under the Śnieżka brand. It has its own network of wholesale and retail customers.
- **SNIEZKA ROMANIA Sp. z o.o.** in Săvinești, Romania – distributor of Śnieżka products on the Romanian market.
- **IP SOLUTIONS Sp. z o.o.** in Brzeźnica – the Company's business is licensing the use of trademarks to related companies within the Capital Group.
- **TM INVESTMENT Sp. z o.o.** in Brzeźnica – the Company is in an initial phase of development.
- **Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL Sp. z o.o.** – Grupa Śnieżka based in Brzeźnica – partnership with Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych PROXIMAL Sp. z o.o. involves the lease of real property for the needs of the Parent Company.

Cooperation with entities related by capital:

Plastbud Sp. z o.o. in Pustków produces pigment concentrates „Colorex” and colorants for Śnieżka's colour systems. In addition, it is a supplier of selected raw materials and products.

Kurs 4.01.2010: 40,10 zł

Najwyższy w ciągu roku:
43,79 zł

Najniższy w ciągu roku:
38,65 zł

Kurs 31.12.2010:
43,00 zł

ZYSK PRZYPADAJĄCY NA JEDNĄ AKCJĘ

Zysk na jedną akcję
zwykłą oblicza się
poprzez podzielenie
zysku netto przez średnią
liczbę akcji zwykłych
występującą w ciągu roku
obrotowego.

Price 4.01.2010:
PLN 40.10

Highest in the year:
PLN 43.79

Lowest in the year: PLN
38.65

Price 31.12.2010:
PLN 43.00

EARNINGS PER STOCK

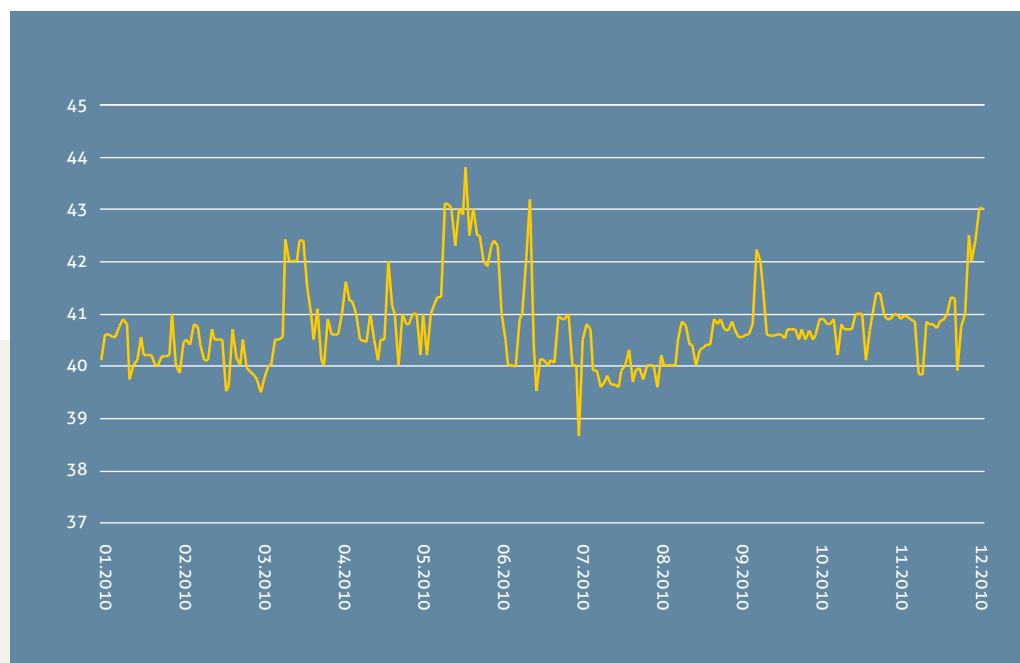
Earnings per ordinary
stock are calculated by
dividing the net profit by
the average number of
ordinary stocks over the
course of a financial year.

Notowania na Giełdzie Papierów Wartościowych

Wykorzystując potencjał firmy, w grudniu 2003 roku Śnieżka zadebiutowała na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Emisja akcji umocniła pozycję finansową Firmy i zapewniła skuteczną realizację celów zawartych w długookresowej strategii rozwoju.

Od dnia debiutu na giełdzie kurs akcji Śnieżki systematycznie rośnie, przynosząc korzyści tym, którzy zaufali nam najbardziej – Akcjonariuszom.

Ze swej strony dokładamy wszelkich starań, aby nasi Inwestorzy widzieli w nas godnego partnera. Zgodnie z naszą polityką, co roku znaczną część zysku przeznaczamy na wypłatę dywidendy dla Akcjonariuszy.



At the stock exchange

In December 2003, Śnieżka used corporate potential to go public and make their debut on the Warsaw Stock Exchange. Through the issue of stocks we consolidated our financial standing, ensuring the effective pursuit of goals adopted in our long-term growth strategy. The price of our stocks has been growing steadily ever since the day they were

floated and have been yielding benefits for the stockholders, who have shown great trust in our company. We put great effort into making sure that our investors perceive us as a trustworthy partner. Following our policy, each year we earmark a substantial portion of the profit for the payment of dividend to the stockholders.

Skonsolidowany zysk przypadający na jedną akcję za okres 01-01-2010 do 31-12-2010/
Consolidated earnings per stock for the period from 01-01-2010 to 31-12-2010

Zyski Profit	za okres / for the period	
	01/01/2010 31/12/2010	01/01/2009 31/12/2009
Skonsolidowany zysk netto danego roku dla celów wyliczenia zysku na jedną akcję / Earnings per ordinary stock are calculated by dividing the net profit by the average number of ordinary stocks over the course of a financial year.	45 541	40 734
Efekt rozwodnienia liczby akcji zwykłych:/ Diluted number of ordinary stocks:		
Odsetki od obligacji zamiennych na akcje (po opodatkowaniu) / Interest on convertible bonds (after taxes)	-	-
Skonsolidowany zysk wykazany dla potrzeb wyliczenia wartości zysku rozwodnionego przypadającego na jedną akcję / Consolidated profit recognised for the purposes of calculating diluted earnings per stock	45 541	40 734
Liczba wyemitowanych akcji Number of stocks issued	za okres / for the period	
	01/01/2010 31/12/2010	01/01/2009 31/12/2009
Średnia ważona liczba akcji wykazana dla potrzeb wyliczenia wartości zysku zwykłego na jedną akcję / Weighted average stocks recognised for the purposes of calculating earnings per stock	13 552 080	13 696 515
Efekt rozwodnienia potencjalnej liczby akcji zwykłych / Diluted potential number of ordinary stocks		
Opcje na akcje / Stock options	-	-
Obligacje zamienne na akcje / Convertible bonds	-	-
Średnia ważona liczba akcji zwykłych (dla potrzeb wyliczenia wartości zysku rozwodnionego na jedną akcję) / Weighted average ordinary stocks (for the purposes of calculating diluted earnings per stock)	-	-
Działalność kontynuowana Continued operations	za okres / for the period	
	01/01/2010 31/12/2010	01/01/2009 31/12/2009
Skonsolidowany zysk netto danego roku / Consolidated net profit for a given year	45 541	40 734
Wyłączenie straty na działalności zaniechanej / Exclusion of losses from discontinued operations	-	-
Skonsolidowany zysk netto z działalności kontynuowanej, po wyłączeniu wyniku na działalności zaniechanej / Consolidated net profit on continued operations, after exclusion of profit/loss on discontinued operations	45 541	40 734
Efekt rozwodnienia liczby akcji zwykłych: / Diluted number of ordinary stocks:		
Odsetki od obligacji zamiennych na akcje (po opodatkowaniu) / Interest on convertible bonds (after taxes)	-	-
Skonsolidowany zysk z działalności kontynuowanej wykazany dla potrzeb wyliczenia wartości zysku rozwodnionego przypadającego na jedną akcję, po wyłączeniu wyniku na działalności zaniechanej / Consolidated profit on continued operations recognised for the purposes of calculating diluted earnings per stock, after exclusion of profit/loss on discontinued operations	45 541	40 734

Strategiczne cele Grupy Kapitałowej

Uzyskanie wiodącej pozycji na rynku farb i lakierów w Europie Środkowo-Wschodniej to główne założenie długoterminowej strategii rozwoju Grupy Kapitałowej Śnieżka.

Równie ważne jest dla Grupy stałe pozyskiwanie nowych rynków zbytu dla całej gamy produktów. Aby osiągnąć zamierzone cele, Spółka dominująca nieustannie umacnia wysoką pozycję osiągniętą na głównych rynkach, planuje też ekspansję na rynki nowe oraz aktywny rozwój w kolejnych segmentach rynkowych. Spółka dominująca będzie kontynuować działania podnoszące jakość wyrobów, stosując przede wszystkim innowacyjne rozwiązania technologiczne. Grupa Kapitałowa poszerzy też swą ofertę produktową zgodnie z obowiązującymi

trendami i potrzebami wymagających Klientów. Wszystkie planowane działania mają na celu dalsze wzmacnianie pozytywnego wizerunku Grupy, w tym jej marek produktowych, co niewątpliwie przyczynia się do zauważalnego wzrostu wartości Spółek Grupy Kapitałowej dla ich Akcjonariuszy oraz Wspólników.

W 2010 roku Grupa Kapitałowa, biorąc pod uwagę zmieniające się warunki rynkowe oraz preferencje konsumentów, pręźnie działała na rzecz zapewnienia swoim Klientom produktów bardzo wysokiej jakości. Spółka dominująca wdrożyła do realizacji nową wizję zarządzania portfolio jej produktów. Przyjęto strategię multibrandingu, polegającą na tworzeniu marek grup produktów silnych w poszczególnych segmentach rynku. Dodatkowo prowadzone działania rozwojowe polegają m.in. na zwiększaniu możliwości produkcyjnych Spółek Grupy, a także na zastosowaniu innowacyjnych rozwiązań technologicznych w zakresie produkcji wybranych grup wyrobów Śnieżki.



18 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Strategic objectives of the Capital Group

The main assumptions of the Śnieżka Capital Group's strategy consist in obtaining a leading position on the CEE market of paints and varnishes.

The Group puts equal emphasis on continuously obtaining new sales markets for its products. To this end, the Parent Company constantly consolidates its high position in major markets, plans to expand into new markets and pursues active development in new market segments. The Parent Company will continue to enhance the quality of its products, primarily through using innovative technologies. The Capital Group will also expand its offer of products according to the current trends and the needs of demanding Customers. All planned activities are intended to enhance the positive image of the Group as well as its

product brands and ultimately contribute to a further substantial increase in the value of the Capital Group Companies for the Stockholders and Shareholders.

In 2010, the Capital Group acted dynamically to ensure top quality of products for its Customers in response to the changing market situation and customer preferences. The parent company implemented a new vision for managing its product portfolio. Multibranding strategy was adopted, involving the creation of strong groups of brands in the individual market segments. In addition, development measures were pursued, such as increasing the Group Companies' production capacities and using innovative technologies in the production of certain groups of Śnieżka's products.

Osiągnięcie wyznaczonych i wymienionych powyżej celów strategicznych, w tym także ważny sukcesywny rozwój sieci sprzedaży produktów Śnieżki, możliwy jest poprzez:

- budowanie przyjacielskich relacji oraz umacnianie współpracy z obecnymi Partnerami Handlowymi w kraju,
- zacieśnianie współpracy z kontrahentami zagranicznymi, pozyskiwanie nowych kontaktów w tym obszarze działań,
- koncentrację na rozwoju międzynarodowej Grupy Kapitałowej, której celem jest ekspansja terytorialna i produktowa,
- rozbudowę bazy produkcyjnej oraz zaplecza magazynowego i technologicznego, odpowiadających potrzebom i planom rozwojowym Grupy Kapitałowej.

Plany na 2011 rok i kolejne lata zakładają zrównoważoną kontynuację wcześniej podjętych działań i rozpoczętych realizacji. W zakresie pozyskania nowych

The achievement of the above-mentioned strategic objectives and the immensely important continuous development of the sales network for Śnieżka's products are facilitated by:

- establishing and consolidating friendly collaboration with the current domestic Trade Partners,
- establishing closer partnerships with foreign counterparties, searching for new contacts in this area of business,
- focusing on the development of an international Capital Group, whose goal is to expand both in geographical and product terms,
- developing production, storage and technological capacities to meet the Capital Group's needs and growth plans.

Plans for 2011 and the following years assume a sustainable continuation of already initiated measures and implementations. As regards gaining new markets, the strategy of the Capital Group assumes gradual introduction of its

rynków Grupa Kapitałowa planuje sukcesywnie wprowadzanie swoich produktów do kanałów dystrybucji w nowych obszarach geograficznych. Obecnie Spółka dominująca eksportuje swoje produkty przede wszystkim do krajów Europy Środkowo-Wschodniej (Ukraina, Białoruś, Rosja, Mołdawia, Litwa, Słowacja, Rumunia, Łotwa). Warto podkreślić wyraźny potencjał ludnościowy i ekonomiczny tych rynków oraz istotne potrzeby inwestycyjne, przede wszystkim te związane z pilnym rozwojem infrastruktury. Spółka dominująca prognozuje dalszy nieustanny wzrost udziałów na dotychczasowych rynkach zagranicznych.



products to distribution channels in new geographical areas. At the moment the Parent Company exports its products mainly to CEE countries (Ukraine, Belarus, Russia, Moldova, Lithuania, Slovakia, Romania and Latvia). It should be emphasised that these markets are characterized by a significant potential in terms of population and economy, combined with significant investment needs, related in particular to infrastructural development. The Parent Company forecasts a continued increase of its share in the current foreign markets.

Polityka rozbudowy Grupy Kapitałowej związana jest bezpośrednio z realizacją wszystkich powyższych celów.

Jednocześnie Grupa Kapitałowa będzie koncentrować działania rozwojowe skierowane do dwóch głównych grup Klientów docelowych: do odbiorców indywidualnych oraz wykonawców. Szczególną uwagę Spółka dominująca poświęci działaniom wzmacniającym jej pozycję wśród profesjonalistów.

Głównym założeniem Spółki dominującej jest rozbudowa na zagranicznych rynkach profesjonalnej sieci sprzedaży i zaopatrzenie jej w pełną paletę produktów. Organizowanie bazy produkcyjnej w nowych krajach wymaga dokładnych kalkulacji ekonomicznych oraz gruntownego poznania specyfiki nowych rynków. Istotnym jest poznanie warunków funkcjonowania na nich, obowiązujących przepisów prawnych i podatkowych oraz ewentualnych wymogów i ograniczeń

rynku lokalnego. Dlatego Grupa korzysta z nieocenionego wsparcia miejscowych Partnerów, co w praktyce stanowi rozwiązanie niezwykle skuteczne i efektywne.

W wyniku ostatnich wydarzeń na świecie jesteśmy świadkami gospodarczego spowolnienia na rynkach finansowych. Mimo to, Zarząd Grupy Kapitałowej gwarantuje, że wytyczone działania zmierzające do osiągnięcia nadrzędnego celu Grupy, będą konsekwentnie realizowane. Harmonijny rozwój zgodny z przyjętą strategią, pozwoli Grupie Kapitałowej Śnieżka osiągnąć wiodącą pozycję w warunkach mocnej konkurencji na rynku.

The Capital Group's expansion policy is linked directly to achieving all of the above objectives.

At the same time, the Capital Group will focus on development measures targeted at two groups of Customers: individual customers and contractors. The Parent Company will devote particular attention to consolidating its position among professionals.

The Parent Company's main objective in terms of foreign markets is to develop a professional sales network and supply it with the full range of products. The organisation of the production base in new countries requires careful economic planning and an in-depth knowledge of the specific nature of the new markets. It is important to learn about the market conditions, the applicable legal and tax



regulations as well as potential requirements and restrictions on the local market. For this reason, the Group uses the invaluable assistance of local Partners, which has proved to be an effective solution.

As a result of the recent global events, we are witnessing an economic slowdown on the financial markets. In spite of this fact, the Capital Group's Management Board guarantees that the adopted measures aimed at achieving the Group's main objective will be consistently implemented. A harmonious development in line with the adopted strategy will allow the Śnieżka Capital Group to achieve a leading position in a strongly competitive market environment.

Sytuacja gospodarcza w Polsce w 2010 roku

W 2010 roku sytuacja polskiej gospodarki, na tle zarówno krajów strefy euro, jak i krajów naszego regionu, prezentowała się korzystnie. Polska, jako jedyna z grona krajów Unii Europejskiej, odnotowała wzrost gospodarczy. Odmienna reakcja polskiej gospodarki na kryzys potwierdza, iż rozwija się ona w sposób zrównoważony.



Economic situation in Poland in 2010

In 2010, Poland's economic situation – in comparison to the eurozone and countries from our region – was good. Poland was the one EU member to record economic growth. A different response from the Polish economy to the crisis has confirmed that it develops in a sustainable way.

W 2010 roku nastąpiła znacząca poprawa wskaźników makroekonomicznych w stosunku do 2009 roku. Po trudnych kryzysowych latach 2008 i 2009 polska gospodarka zaczęła powoli rosnąć. W efekcie, po trzech kwartałach, PKB było wyższe o 3,6% w stosunku do analogicznego okresu w 2009 roku. Głównym motorem wzrostu była i jest konsumpcja indywidualna, jednocześnie wzrost gospodarczy jest cały czas wspierany przez wzrost zapasów.

Wydatki konsumpcyjne gospodarstw domowych znacząco rosły przez pierwsze 3 kwartały 2010 roku. Ponadto na skutek wzrostu spożycia indywidualnego oraz odbudowy poziomu zapasów, popyt krajowy był głównym czynnikiem wzrostu gospodarczego.

Świadczyć to może o dalszej poprawie nastrojów konsumentów, którzy nie odczuwają już obaw towarzyszących im podczas trwania niedawnego globalnego kryzysu gospodarczego.

Role stymulatora gospodarki utracił popyt zewnętrzny, jego wkład stał się mniej znaczący. Działo się tak za sprawą utrzymującej się wyższej dynamiki w imporcie niż eksporcie.

In 2010, macroeconomic indicators improved significantly over 2009. Following the tough years of crisis 2008 and 2009, Polish economy slowly started to grow. As a result, after three quarters the GDP was 3.6% higher than in the analogous period in 2009. The main growth driver continues to be retail consumption, while economic growth is supported by increase in inventory.

Consumption expenditures of households grew substantially in the initial 3 quarters of 2010. In addition, as a result of increase in individual consumption and replenishment of the inventory level, domestic demand was the main economic growth factor.

This may testify to a further improvement in consumer sentiment as consumers are no longer plagued by the worries of the recent global economic crisis.

External demand has lost its role of stimulus to the economy as it contributed less to growth. This was due to a sustained trend of import having higher dynamics than export.

Według wstępnych danych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) w ośmiu pierwszych miesiącach 2010 roku wartość eksportu liczonego według cen bieżących wyniosła 75,0 mld euro i była o 20,6% wyższa w porównaniu z rokiem 2009. Wartość importu wyniosła 82,4 mld euro i była wyższa o 19,8% r/r. Ujemne saldo obrotów towarowych wyniosło 7,4 mld euro, tj. o 812 mln euro mniej niż w okresie styczeń – sierpień 2009 roku.

According to the initial data of the Central Statistical Office (GUS), in the initial eight months of 2010 the value of export calculated at current prices was EUR 75.0 billion and 20.6% higher compared to 2009. The value of import was EUR 82.4 billion and was higher by 19.8% year-on-year. The negative balance of the sale of goods was EUR 7.4 billion, i.e. EUR 812 lower than between January and August 2009.

Inflacja mierzona wskaźnikiem CPI w 2010 roku była niższa niż w 2009 roku i wyniosła 2,5%. Jednocześnie ceny produkcji sprzedanej przemysłu wzrosły o 1,2%, a produkcji budowlano- montażowej utrzymywały się na poziomie zbliżonym do ubiegłorocznego.

Rok 2010 przyniósł poprawę koniunktury na rynku pracy. Po III kw. 2010 roku przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw było zaledwie o 0,2% niższe niż przed rokiem. Na koniec września 2010 roku liczba zarejestrowanych bezrobotnych wyniosła 1 813 tys. osób, natomiast w ujęciu rocznym ich liczba zwiększyła się o 96,7 tys. Stopa bezrobocia rejestrowanego w 2010 roku spadła i wyniosła 11,5%, powracając do poziomu z IV kw. ubiegłego roku.

W 2010 roku nastąpił wzrost nakładów brutto na środki trwałe. Po spadku o 6,4 proc. w pierwszym półroczu, ich wzrost w trzecim kwartale Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową szacuje na 1,3%. Z punktu widzenia potrzeb rozwojowych polskiej gospodarki oraz perspektyw

utrzymania stabilnego tempa wzrostu gospodarczego w średnim okresie dynamika wzrostu inwestycji wydaje się być jednak niezadowolająca.

Najszybciej rozwijającym się sektorem w 2010 roku był przemysł. Nieco wolniej rosła wartość dodana w budownictwie. Tempo jej wzrostu Instytut szacuje na 6,2%. Poniżej oczekiwań ukształtowało się tempo wzrostu wartości dodanej w usługach rynkowych, które szacować można na 1,4%.

Na rynku walutowym po III kw. 2010 roku nastąpiła aprecjacja polskiej waluty. Było to wynikiem względnie korzystnej sytuacji gospodarczej na tle innych krajów Europy, co wiązało się również ze wzrostem zainteresowania rynkiem krajowym ze strony inwestorów zagranicznych.

W 2010 roku wskaźnik rentowności był nadal wysoki, nawet nieco wyższy niż w roku 2009, pomimo umocnienia złotego w stosunku do 2009 roku. Początkowe obawy dotyczące zachowania się zagranicznych właścicieli banków nie potwierdziły się. Działające w Polsce banki zostały przez nich dokapitalizowane. Niewielka liczba kredytów hipotecznych i stosunkowo mały udział kredytów bankowych w finansowaniu inwestycji sektora prywatnego w sumie spowo-

2010 inflation measured with CPI was lower than in 2009 and amounted to 2.5%. At the same time, the prices of industrial production sold rose by 1.2% and the prices of construction and assembly production sold remained at a level similar to that from the previous year.

2010 saw an improvement in the job market situation. Following Q3 2010, average employment in the business sector was only 0.2% lower than a year earlier. At the end of September 2010, the number of registered jobless people was 1,813 thousand, while their number increased by 96.7 thousand year-on-year. The unemployment rate recorded in 2010 dropped to 11.5%, returning to the level from Q4 a year earlier.

In 2010, there was an increase in gross expenditures on PP&E. Following a 6.4% drop in H1, the Gdańsk Institute for Market Economics estimated the increase in Q3 at 1.3%. From the perspective of Polish economy's development requirements and maintaining a stable pace of economic growth in the medium term, the growth dynamics of investments appear to be insufficient.

The fastest growing sector in 2010 was the industry. Added value grew slightly slower in construction; the Institute estimated the growth at 6.2%. The growth rate in added value in market services was below expectations and can be estimated at 1.4%.

Following Q3 2010, the FX market saw an appreciation of the Polish currency. This was due to a relatively favourable economic situation in comparison to other European countries and related to the growing interest of foreign investors in the domestic market.

In 2010, the profitability ratio was still high, even slightly higher than in 2009 despite the fact that the Polish zloty was stronger than in 2009. The initial worries about the behaviour of foreign bank owners were not confirmed. The banks operating in Poland were capitalised by them. Thanks to a small number of mortgager loans and a relatively low share of bank loans in funding investments in the private sector, the Polish banking sector – and, broadly speaking, the financial sector – was not a crisis-generating factor. In 2010, the loan expansion was restored.

dowały, że polski sektor bankowy, ogólnej finansowy, nie był czynnikiem kryzysogennym. W 2010 roku ekspansja kredytowa została przywrócona.

Ekonomiści w 2011 roku prognozują dalszą stopniową poprawę koniunktury, ale nie będzie to jeszcze boom gospodarczy. PKB nadal będzie rosnąć i pod koniec 2011 powinno kształtować się na poziomie 4% a 4,5%. Prognozuje się także niewielki spadek bezrobocia rejestrowanego oraz niewielki wzrost średniej płacy nominalnej w gospodarce narodowej. Wydatki inwestycyjne w środki trwałe będą rosły w tempie ok. 5-8%. Do planowanej poprawy koniunktury niewątpliwie przyczyni się także restrykcyjna polityka makroekonomiczna.

Economists forecast 2011 to see a further gradual improvement of the economic situation but no economic boom is to be expected. GDP will continue to grow and at the end of 2011 it should reach a level between 4% and 4.5%. A small decrease in recorded unemployment is also forecast along with a slight increase in average nominal remuneration in the national economy. Capital expenditures on PP&E will grow at approx. 5-8%. A restrictive macroeconomic policy will be another contributor to the expected improvement in the economic situation.

W 2011 roku oczekuje się także zmniejszenia deficytu budżetowego, czyli zacieśniania polityki fiskalnej.

A decrease in budget deficit is expected in 2011, which means a tighter fiscal policy.



Białoruś

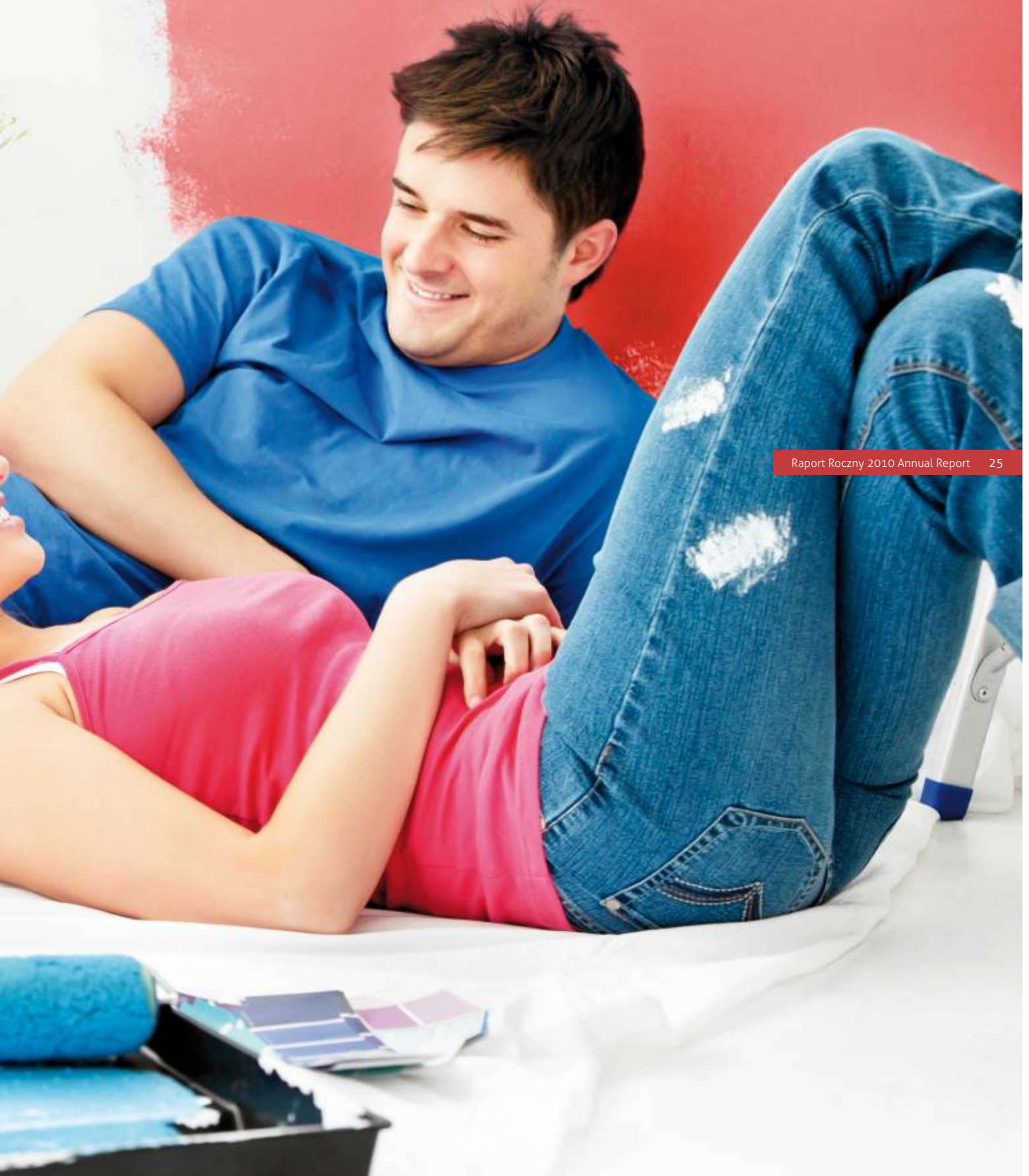
W 2010 roku Grupa Śnieżka osiągnęła na Białorusi sprzedaż na poziomie ponad **48,9 mln zł**, co dało dynamikę wzrostu **108 %** w stosunku do roku 2009.

Belarus

in 2010, Śnieżka group in Belarus reached sales of over **PLN 48.9 million** which resulted in **108%** growth rate compared to 2009



BELARUS



Sytuacja na rynku budowlanym w 2010 roku

Sektor budowlany w Polsce był jedynym w krajach Grupy Wyszehradzkiej, w którym od początku globalnego kryzysu gospodarczego nie nastąpiło załamanie – co najwyżej można było mówić o stagnacji.

Dopiero pierwsze miesiące 2010 roku przyniosły spadek dynamiki produkcji przedsiębiorstw budowlanych, co uwidoczniło trudną sytuację, z którą zmagają się branża.

Po trzech kwartatach 2010 roku produkcja budowlano-montażowa w zbiorowości podmiotów o liczbie pracujących powyżej 9 osób spadła o 1,5% w porównaniu do analogicznego okresu ub.r. Rezultat ten, mimo coraz lepszych nastrojów na rynku nieruchomości, nadal silnie obciążony był kondycją sektora w I kw. i II kw. 2010 roku, kiedy to niesprzyjające warunki pogodowe skutecznie ograniczyły aktywność przedsiębiorstw z branży budowlanej – niskie temperatury w I kw. oraz powódź w II kw.

Spadek sprzedaży produkcji budowlano-montażowej w analizowanym okresie

wystąpił w przedsiębiorstwach zajmujących się budową budynków (o 2,3%) oraz budową obiektów inżynierii lądowej i wodnej (o 2,2%). Niewielki wzrost odnotowały z kolei przedsiębiorstwa realizujące specjalistyczne roboty budowlane (o 1,5% r/r).

Ceny produkcji budowlano-montażowej spadły o 0,2% w skali roku. Ujemna dynamika cen w sektorze, utrzymująca się od początku roku, spowodowana była w znacznej mierze ograniczeniem aktywności przedsiębiorstw z branży budowlanej w związku z niekorzystnymi warunkami atmosferycznymi panującymi w pierwszych dwóch kwartatach 2010 r.

Ogólny klimat koniunktury w budownictwie oceniany jest nadal negatywnie, pomimo lekkiej poprawy w stosunku do grudnia ub. r. W grudniu 2010 roku ogólny klimat koniunktury w budownictwie kształtuje się na poziomie minus 8. Poprawę koniunktury sygnalizuje 14% przedsiębiorstw, a jej pogorszenie 22%. Pozostałe przedsiębiorstwa uznają, że ich sytuacja nie uległa zmianie. Największe trudności napotymane przez przedsiębiorstwa zgłaszające bariery związane są z warunkami atmosferycznymi (jest to bariera, której znaczenie w skali roku wzrosło w największym stopniu), kosztami zatrudnienia oraz konkurencją na rynku. Bariera, której znaczenie w skali roku spadło w największym stopniu, związana jest z niedostatecznym popytem.

Situation on the Polish construction market in 2010

Poland's construction sector was the only one in the Visegrad Group not to break down as a result of the global economic crisis, but it only witnessed a stagnation.

Only in the early months of 2010 was there a decrease in production dynamics of construction businesses, bringing to light the tough situation faced by this industry.

Following three quarters of 2010, construction and assembly production in the group of businesses with more than 9 employees decreased by 1.5% compared to an analogous period a year earlier. In spite of improving sentiment on the real property market, the condition of this sector in Q1 and Q2 2010 still took its toll on the result, with unfavourable weather events, such as lower temperatures in Q1 and the flood in Q2, effectively hampering the activity of construction businesses.

The decrease in the sales of the construction and assembly production in the analysed period occurred in businesses which erect buildings (by 2.3%) as well as civil and water engineering structures (by 2.2%). A slight increase was recorded in specialised construction businesses (by 1.5% year-on-year).

The prices of construction and assembly production dropped by 0.2% over the year. The sector's negative price dynamics, observed from the beginning of the year onwards, were largely due to a limitation on the activities of construction companies in relation to unfavourable weather conditions in the early two quarters of 2010.

The overall business climate in the construction industry is still assessed negatively, in spite of a slight improvement over December a year earlier. In December 2010, the overall business climate in the construction industry was rated with -8. 14% of businesses signalled an improvement, while 22% a deterioration. Other businesses considered that their situation remained unchanged. The greatest difficulties are faced by businesses struggling with weather conditions (this limitation was the most significant one to grow in importance over the year), employment costs and market competition. Insufficient demand is the barrier to see the most significant decrease in importance over the year.

Z punktu widzenia producenta farb i lakierów istotne znaczenie ma sytuacja w branży wykończenia i wyposażenia wnętrz. Z opublikowanych danych za rok 2010 wynika, że oddano o 25 tys. mniej mieszkań niż w 2009 roku, tj. o około 16% mniej. Firmy deweloperskie po raz kolejny dokonują globalnej obniżki cen na mieszkania, ponieważ popyt nadal spada, a programy typu „Rodzina na swoim” zaczynają odnosić fiasko z powodu zaostżenia kryteriów dotacji przyznawanych przez Państwo. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w ciągu dwunastu miesięcy 2010 roku rozpoczęto budowę 158 064 mieszkań, tj. o 10,6% więcej niż w 2009 roku, natomiast wydano pozwolenia na budowę 174 929 mieszkań, tj. odpowiednio o 2,2% mniej. Największy udział (51,9%) w przyroście nowych zasobów mieszkaniowych mieli inwestorzy indywidualni. Mimo to wybudowali oni w 2010 roku o 2,1% mniej mieszkań niż przed rokiem oraz uzyskali mniej pozwoleń na budowę. Znaczny udział w ogólnej liczbie mieszkań oddanych do użytkowania mieli także deweloperzy, którzy oddali 53 225 mie-

szkań (co stanowiło 39,2% ogólnej liczby mieszkań oddanych do użytkowania). Liczba mieszkań oddanych do użytkowania przez deweloperów jest znacząca, mimo to jest niższa o 26,4% niż w ub. roku. W ciągu dwunastu miesięcy 2010 r. w tej grupie inwestorów rozpoczęto budowę 63 015 mieszkań, tj. o 42,2% więcej niż w 2009 roku. Wzrosła również liczba mieszkań, na których budowę uzyskano pozwolenia – 68 581, tj. o 8,2%. Mieszkania, które nie zostały oddane do użytkowania w 2010 roku zostaną oddane w kolejnych latach, co jest dobrą prognozą dla rynku farb i lakierów. Spółdzielnie mieszkaniowe w okresie dwunastu miesięcy 2010 roku oddały do użytkowania o 29,1% mniej mieszkań niż przed rokiem. Zmniejszyła się również o 5,0% liczba pozwoleń na budowę uzyskanych przez spółdzielnie mieszkaniowe. Pozostali inwestorzy (budownictwo komunalne, społeczne czynszowe i zakładowe) oddali do użytkowania w ciągu dwunastu miesięcy 2010 r. łącznie 6 919 mieszkań, tj. o 18,1% mniej niż w ub. roku.

From the perspective of a manufacturer of paints and varnishes, the situation in the finishing and interior outfitting industry is important. According to the data published for 2010, 25 thousand less apartments were delivered for use than in 2009, i.e. a drop by approx. 16%. Developers once again introduce a global price cut for apartments because the demand continues to fall and schemes such as “Rodzina na swoim” (state-subsidised mortgage loans) fail because tighter criteria of state funding are introduced. According to the data of the Central Statistical Office, over the twelve months of 2010, the construction of 158,064 apartments was started, i.e. a 10.6% increase over 2009, and construction permits for 174,929 apartments were issued, i.e. a 2.2% decrease. The greatest share (51.9%) in the increase in new housing resources was attributable to individual investors. In spite of this fact, in 2010 they constructed 2.1% less apartments than a year earlier and obtained fewer construction permits. A substantial share in the overall number of apartments

delivered for use was also attributable to developers, who delivered 53,225 apartments (i.e. 39.2% of the overall number of apartments delivered). The number of apartments delivered by developers is significant but lower by 26.4% than a year earlier. Over the twelve months of 2010, this group of investors started the construction of 63,015 apartments, i.e. 42.2% more than in 2009. The number of apartments for which construction permits were obtained increased as well to 68,581, i.e. by 8.2%. Apartments not delivered for use in 2010 will be delivered in the subsequent years, which is a good forecast for the paints and varnishes market. Over the twelve-month period of 2010, housing cooperatives delivered 29.1% fewer apartments than a year earlier. The number of construction permits obtained by housing cooperatives decreased by 5.0%. Over the twelve-month period of 2010, other investors (municipal, social, rent and corporate construction industries) delivered a total of 6,919 apartments, i.e. 18.1% fewer than a year earlier.

Choć warunki rynkowe są trudne, nastroje panujące wśród firm budowlanych są optymistyczne. Przedsiębiorstwa budowlane przewidują, że tempo wzrostu sektora w 2011 roku będzie nieznacznie wyższe niż w 2010 roku. Poza tym duże spółki będą starały się „uciec” do przodu,

rozpoczynając nowe, często duże projekty mieszkaniowe, głównie w segmencie ekonomicznym.

Mniejsi deweloperzy pomału będą odmrażać kolejne etapy inwestycji wstrzymanych w 2008 roku oraz szukać wolnych jeszcze nisz rynkowych w szeroko pojętym mieszkalnictwie, co niewątpliwie powinno mieć dobry wpływ na rynek farb i lakierów w Polsce.



In spite of the tough market conditions, the sentiment among construction companies is optimistic. Construction businesses forecast that the sector's growth rate in 2011 will be slightly higher than in 2010. In addition, large companies

will attempt to get a head start by launching new and large housing projects, mainly in the economy sector.

Smaller developers will slowly unfreeze subsequent investment stages halted in 2008 and will search for free market niches in the overall housing industry, which will positively affect the paints and varnishes market in Poland.

Sytuacja gospodarcza na pozostałych rynkach budowlanych Grupy Kapitałowej w 2010 roku

Nie najlepsze czasy przeżywa budownictwo na Ukrainie. Inwestycje w tym sektorze w 2010 r. spadły o 41,5 proc., a niekorzystna tendencja utrzymywała się jeszcze w I kwartale 2010 roku, kiedy spadek inwestycji w budownictwie sięgnął kolejnych 21 proc. Złe wyniki w detalicznym handlu i budownictwie są czynnikiem mającym ogromne znaczenie dla ukraińskiego rynku farb i lakierów.

Białoruski rynek farb i lakierów jest rynkiem stale się rozwijającym i nawet nie zahamował tego panujący w regionie kryzys. Białoruś jako kraj z gospodarką sterowaną centralnie najbardziej odizolowany od międzynarodowych rynków finansowych, najmniej ucierpiał w wyniku kryzysu finansowego. Białoruskie władze aktywnie wspierają rozwój sektora budowlanego, w szczególności budownictwo mieszkaniowe.

Raport Roczny 2010 Annual Report 29

Economic situation on other construction markets of the Capital Group in 2010

The construction industry in Ukraine is undergoing a difficult period. The investments in this sector in 2009 dropped by 41.5% and the unfavourable trend continued through Q1 2010, when the decrease in construction investments reached 21%. Poor results in retail sales and construction have a major significance for the Ukrainian market of paints and varnishes.

The Belarusian market of paints and varnishes is still a developing market and it was not stopped by the crisis in the region. Belarus has a centrally controlled economy and, being the most isolated market of all international financial markets, it suffered the least as a result of the financial crisis. Belarusian authorities actively support the development of the construction sector, in particular housing construction.



Rynek farb i lakierów w 2010 roku

Na polskim rynku farb i lakierów liczącymi się producentami są firmy zatrudniające powyżej 49 osób.

Niektóre szacunki wskazują, że zakłady mniejsze (o zatrudnieniu 10-49 osób) wytwarzają 10-15% ogólnej produkcji farb i lakierów. Produkcja w zakładach zatrudniających powyżej 49 osób zmniejszyła się do ok. 912 tys. ton (spadek o prawie 15% w stosunku do 2009 roku).

W ostatnich latach przemysł farb i lakierów charakteryzował się szybkim wzrostem produkcji. Jednak kryzys i osłabienie tempa wzrostu w gospodarce nie ominęły tego sektora.

Ocenia się, że w 2010 roku wartość rynku farb i lakierów w Polsce wynosiła około 2 mld złotych. Aktualna średnia zużycia farb na jednego mieszkańca w Polsce wynosi 10 litrów, zaś w krajach Europy

Wschodniej średnio około 7 litrów. Konsumpcja Unii Europejskiej wynosi około 15-16 litrów rocznie, w związku z tym Grupa Kapitałowa Śnieżka prognozuje dynamiczny wzrost zużycia farb i lakierów na rynkach, na których jest obecna, jednocześnie ocenia, że wielkość tego rynku w najbliższych latach powinna rosnąć.

Aktualnie Spółka dominująca Grupy – Śnieżka jest jedyną spółką z branży, która jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych (2003) oraz jedyną, która nie jest kontrolowana przez zagranicznych inwestorów.

Rynek farb i lakierów na Ukrainie szacuje się na 282 tys. ton. Struktura rynku w ujęciu ilościowym przedstawia się w następujący sposób 78-80% produkcja krajowa oraz 20-22% import. Głównie kraje importu to Niemcy (25%), Polska (15%), Estonia (9%), Turcja (7%) i Wielka Brytania (7%).

Rynek farb i lakierów na Białorusi ocenia się na 92-95 tys. ton. Wartość całego rynku wynosić około 100 mln USD. Na rynku farb i lakierów jest około 50-100 producentów, lecz kluczowych jest tylko kilku, którzy posiadają ponad 50% w rynku.

Market size

Significant manufacturers on the Polish paints and varnishes market are companies employing more than 49 people.

According to certain estimates, smaller businesses (employing 10-49 people) manufacture 10-15% of all paints and varnishes. Production in companies employing over 49 people decreased to approx. 912 thousand tons (a drop by nearly 15% over 2009).

In the recent years, there has been a rapid increase in production in the paints and varnish market. However, the crisis and the weakened economic growth did not go unnoticed in this sector.

It is estimated that in 2010 the market of paints and varnishes in Poland was worth around PLN 2 billion. The current average consumption of paint per person in Poland is 10 litres, while in Eastern European Countries it amounts to approx. 7 litres. EU's annual consumption is

approx. 15-16 litres. Therefore, Śnieżka Capital Group forecasts a dynamic increase in the consumption of paints and varnishes in the market on which it operates and estimates that the size of this market will grow over the coming years.

At present, the Group's Parent Company Śnieżka is the only company in the industry to be listed at the Warsaw Stock Exchange (2003) and the only one not controlled by foreign investors.

The Ukrainian paints and varnishes market is estimated at 282 thousand tons. The market structure in quantity terms is as follows: 78-80% domestic production and 20-22% import. The main import countries are Germany (25%), Poland (15%), Estonia (9%), Turkey (7%) and United Kingdom (7%).

The Belarusian paints and varnishes market is estimated at 92-95 thousand tons with a total value of approx. USD 100 million. Approx. 50-100 manufacturers operate on the paints and varnishes market but only a few hold over 50% share in the market.

Według szacunkowych danych Śnieżka zajmuje wysokie miejsce w kraju w wyrobach dekoracyjnych w ujęciu ilościowym (16%).

Producenci farb i lakierów. Podział rynku.

Najmocniejszą pozycję Spółka dominująca 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 Jedyńka). Według szacunków łącznie te cztery podmioty kontrolują około 55-60% rynku.

Silną pozycję marka Śnieżka posiada także na rynkach Ukrainy i Białorusi, gdzie – w zakresie w niektórych asortymentów – wyprzedziła innych producentów farb. W niedalekiej przyszłości powinno to zaowocować umocnieniem przewagi konkurencyjnej na obiecujących rynkach ww. krajów, będących przedmiotem zarówno inwestycji, jak i intensywnej ekspansji marketingowej.

Manufacturers of paints and varnishes.
Market segmentation.

The Parent Company is strongest in the emulsion products segment.

Śnieżka's main competitors in Poland, apart from PPG (brands: Dekoral, Dekoral Professional, Domalux, Drewnochron and Cieszynka) and Akzo Nobel (brands: Nobiles, Sadolin, Dulux and Hammerite) include Tikkurila (brands: Tikkurila, Beckers and Jedyńka). According to estimates, these four companies control a total of 55-60% of the market.

Śnieżka also has a strong market position in Ukraine and Belarus, where – in some assortments – it overtook other paint manufacturers. In the near future, this should result in strengthening the competitive advantage in the promising markets of these countries, which have been targeted for investment and intensive marketing expansion.



Raport Roczny 2010 Annual Report 31

According to estimates Śnieżka ranks high domestically in decorative products in quantity terms (16%).

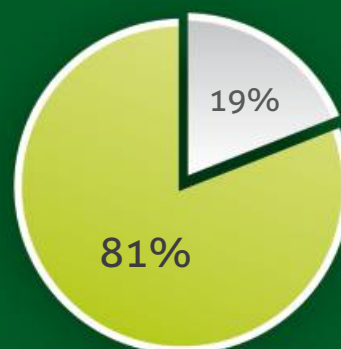
Na ukraińskim rynku farb i lakierów liczącymi się firmami jest kilkadziesiąt producentów. Łącznie w 2010 r. wyprodukowano około 243 tys. ton. Najwięksi producenci farb i lakierów na Ukrainie to: „Śnieżka – Ukraina”, ZIP, MGF. W ujęciu ilościowym Śnieżka posiada największy udział w rynku (19%) i jest zdecydowanym liderem.

W ostatnich latach na Ukrainie można zaobserwować tendencję wypierania wyrobów rozpuszczalnikowych przez wyroby emulsyjne. Najbardziej dynamicznie rozwija się segment farb emulsyjnych i akrylowych. Na rynku ukraińskim, w segmencie farb emulsyjnych największymi producentami są: Śnieżka (38%), MFG (17%), ZIP (9%), Polifarb Ukraina (8%), Kolorit (7%). Śnieżka jest zdecydowanie największym producentem i liderem w kategorii farb emulsyjnych na ukraińskim rynku.

There are a few dozen significant manufacturers on the Ukrainian paints and varnishes market. In 2010, a total of approx. 243 thousand tons were produced. The largest manufacturers of paints and varnishes in Ukraine are: Śnieżka–Ukraina, ZIP and MGF. In quantity terms, Śnieżka holds the largest market share (19%) and is a clear leader.

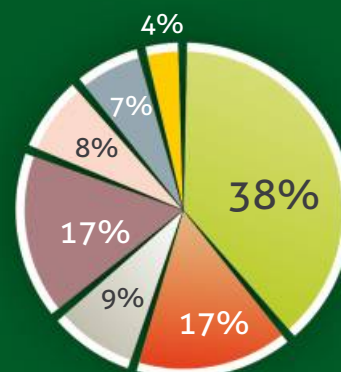
Over the recent years, there has been a tendency of solvent products being replaced with emulsion products in Ukraine. The greatest development dynamics are seen in the emulsion and acrylic paint segment. Largest manufacturers in the Ukrainian emulsion paint segment: Śnieżka (38%), MFG (17%), ZIP (9%), Polifarb Ukraina (8%) and Kolorit (7%). Śnieżka is definitely the largest manufacturer and a clear leader in emulsion paints.

Udział procentowy Grupy Śnieżka w produkcji farb na Ukrainie / Śnieżka Group's percentage share in the manufacture of paints in Ukraine



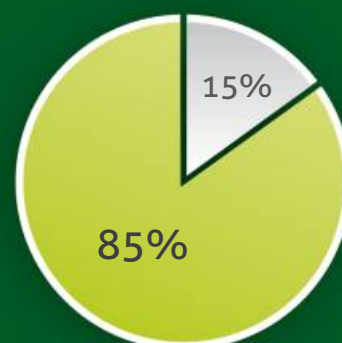
■ Śnieżka/Śnieżka ■ Pozostali/Others

Udział Grupy Śnieżka w produkcji wyrobów wodorozcieńczalnych na Ukrainie / Śnieżka Group's share in the manufacture of water-soluble products in Ukraine



■ CAPAROL ■ ZIP
 ■ KOLORIT ■ MFG
 ■ POLIFARB UKRAINA ■ ŚNIEŻKA
 ■ INNE / OTHERS

Udział Grupy Śnieżka w białoruskim rynku farb/ Śnieżka Group's share in the Belarussian paints and varnishes market



■ Śnieżka/Śnieżka ■ Pozostali/Others

Analizując sytuację na rynku Ukrainy ze względu na poziom zużycia farb, na jednego mieszkańca około, 6-7 litrów przy konsumpcji w UE na poziomie dwukrotnie wyższym należy się spodziewać dalszego rozwoju rynku. Należy podkreślić, że rynek będzie w najbliższych latach dążył do osiągnięcia poziomu około 370 tys. ton z lat 2007-2008.

Na białoruskim rynku farb i lakierów jest około 50-100 producentów, lecz kluczowych jest tylko kilku, którzy posiadają ponad 50% w rynku. Najwięksi produ-

cenci farb i lakierów to Lakokraska (Lida), MAV (Dzierżynsk), Mińska Fabryka Farb (Mińsk), Diskom (Caparol) (Brześć) oraz Condor (Brześć). Szacujemy, że udział Grupy Śnieżka w białoruskim rynku wynosi około 15%.

Najbardziej popularne przedsiębiorstwa branżowe w Rumunii to: POLICOLOR, FABRYO, KOBER oraz DEUTEK-DUFA, które łącznie zaopatrują około 80% rumuńskiego rynku farb, w segmencie farb dekoracyjnych, ocenianego na 200 mln EUR wartościowo w roku i ciągle rozwijającego się. Ocenia się, że cały rynek farb i lakierów Rumunii osiągnie w ciągu kilku lat wartość około 250 mln EUR.



Based on the analysis of the Ukrainian market, given a consumption of paint per person of approx. 6-7 litres and twice that level in the EU, a further market development is to be expected. It must be stressed that the market will pursue the level of approx. 370 thousand tons of 2007-2008 in the coming years. Approx. 50-100 manufacturers operate on the Belarusian paints and varnishes market but only a few hold over 50% share in the market. The largest manufacturers of paints and varnishes are

Lakokraska (Lida), MAV (Dzerzhinsk), Minsk Paint Factory (Minsk), Diskom (Caparol) (Brest) and Condor (Brest). We estimate Śnieżka Group's share in the Belarusian market at approx. 15%.

The most popular industry enterprises in Romania are: POLICOLOR, FABRYO, KOBER and DEUTEK-DUFA, which together supply about 80% of the Romanian paint market in the decorative paint segment, whose annual value is estimated at EUR 200 million, and it continues to grow. It is estimated that the entire market of paints and varnishes in Romania will reach a value of approx. PLN 250 million over the next few years.

Wpływ sytuacji gospodarczej na wyniki Grupy Kapitałowej w 2010 roku

Czynnikami zewnętrznym mającym największy wpływ na sytuację Grupy Kapitałowej w 2010 roku były pesymistyczne nastroje związane z sytuacją gospodarczą oraz na rynkach budowlanych.

Większe od spodziewanego osłabienie koniunktury oraz wzrost wartości złotego w 2010 roku, miało niekorzystny wpływ na wyniki Grupy. Ważnym czynnikiem wpływającym na wyniki Grupy Kapitałowej w 2010 roku były także niekorzystne warunki atmosferyczne. Niskie temperatury w I kw. oraz powódzie w II kw. spowodowały spadek sprzedaży oraz przyczyniły się do ogólnego zmniejszenia planów zakupowych Klientów.

Pomimo mało sprzyjających warunków oraz różnych zawirowań na rynku w 2010 roku Grupa Kapitałowa osiągnęła dobre wyniki finansowe, a także odnotowała dynamikę sprzedaży na poziomie 101%. Zwiększenie sprzedaży odnotowano za granicą, gdzie Grupa Kapitałowa z roku na rok umacnia swoją pozycję, osiągając dynamikę sprzedaży 104,5% na rynku ukraińskim i 108,6% na rynku białoruskim. Pomimo iż sytuacja gospodarcza miała duże przełożenie na wyniki Grupy w 2010 roku, dzięki racjonalnie prowadzonej polityce finansowej udało się osiągnąć dobre wyniki finansowe.

34 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Impact of the economic situation on the Capital Group's performance in 2010

The external factors with the greatest impact on the Capital Group's situation in 2010 were the pessimistic sentiments related to the economic situation and sentiments in the construction markets.

A higher-than-expected weakening of the economic situation and an increase in the value of zloty in 2010 had a negative effect on the Group's performance. An important factor affecting the Capital Group's 2010 performance consisted in unfavourable weather conditions. Low temperatures in Q1 and floods in Q2 resulted in a decrease in sales and contributed to a general downscaling of purchases planned by Customers.



In spite of the unfavourable conditions and other market turmoil in 2010, the Capital Group generated good financial results and recorded sales dynamics of 101%. An increase in sales was recorded abroad too, where the Capital Group continues to consolidate by the year, with the sales dynamics of 104.5% and 108.6% in the Ukrainian and Belarusian markets respectively. Although the economic situation significantly affected the Group's 2010 performance, a rational finance policy resulted in good financial results.

Rozwój oferty rynkowej

Rok 2010 był dla Grupy Kapitałowej okresem realizacji istotnych zmian w organizacji portfolio produktowego. Wprowadzenie nowych marek, wraz z równoczesnym porządkowaniem dotychczas istniejącego portfolio jest elementem długoterminnej strategii budowania marek kompetentnych, o silnej autonomii. Zastosowanie strategii multibrandingowej pozwoliło Spółce dominującej oferować grupy produktów o określonym obszarze zastosowania, mających różne pozycjonowanie i skierowanych do różnych segmentów rynkowych, co ułatwi dotarcie do Klienta docelowego.



Development of the market offer

2010 saw important changes in the organisation of the Capital Group's product portfolio. The introduction of new brands, along with the restructuring of the

existing portfolio, is part of a long-term strategy of building competent and strongly autonomous brands. With multibranding, the Parent Company managed to offer product groups with a specific area of application, various positioning and targeted at various market segments, which facilitates reaching the target customer.

In H1, the Capital Group launched the sale of a thermal insulation system under the new brand FOVEO TECH. At the same time, the product and colour offer in this group expanded and the necessary changes were introduced to product recipes. The new brand image, combined with a modified offer, will reach professionals, such as construction companies, architecture offices and contractors, more effectively.

Another new brand offered for sale in the discussed period is VIDARON, including wood protection and decoration products. The brand's portfolio includes three product lines: for specialist wood protection, for protection and decoration, and for decoration. With this approach, the offer meets the needs of amateurs, hobbyists and professionals alike; all who seek safe products with high quality.

W sezonie 2010 do sprzedaży wprowadzono także markę BESTON professional. W jej ofercie znajdują się najwyższej jakości silikony, różnego rodzaju kleje oraz pianki, wszystkie dedykowane do stosowania przy pracach budowlanych, remontowych oraz wykończeniowych. To oferta skierowana zarówno do firm budowlanych, jak i użytkowników indywidualnych.

Poza wprowadzeniem do sprzedaży nowych marek, rozszerzono dotychczasową ofertę. Kluczowy produkt marki ŚNIEŻKA – emulsja w gotowych kolorach, BARWY NATURY, w sezonie 2010 pojawiła się w kwadratowym opakowaniu i w no-

wej, bardziej jakościowej szacie graficznej. Dodatkowo wzbogacono jej paletę barw, wprowadzając do oferty 10 nowych kolorów. Nowe barwy uzupełniają dotychczas funkcjonującą gamę kolorystyczną, są także zgodne z trendami prezentowanymi na międzynarodowych imprezach targowych. Najnowsza oferta BARW NATURY umożliwia łatwe łączenie kolorów między sobą przy zachowaniu pewności, że wybieramy te najmodniejsze.

W sezonie 2010 rozszerzeniu uległa także oferta marki MAGNAT. Ofertę kolorystyczną emulsji lateksowej MAGNAT zwiększono o 5 nowych kolorów, odzwierciedlających zjawiska estetyczne zachodzące w globalnym świecie, idąc w zgodzie z takimi tendencjami jak trans – kulturowość i zindywidualizowane podejście do dekoracji. Ofertę emulsji ściennych w gotowych kolorach uzupełniają bazy systemu kolorowania MAGNAT. W omawianym okresie wprowadzono do sprzedaży również bazę emulsji lateksowej o satynowym połysku, która oprócz subtelnego efektu dekoracyjnego zapewnia powtórnie jeszcze lepsze właściwości użytkowe.

In 2010, the sale under BESTON professional brand was launched, including silicones, various adhesives and foams, all intended to be used for construction, renovation and finishing work. The offer is targeted at construction businesses and individual users.

In addition to the launch of sales under new brands, the existing offer was expanded. The key product of the ŚNIEŻKA brand – emulsion in ready-to-use colours BARWY NATURY – was introduced in 2010 in a square packaging and in a new, more

appealing graphical design. In addition, the range of colours was expanded with 10 new colours. The new colours complement the existing colour range and are in line with the trends presented at international trade shows. The latest offer BARWY NATURY allows for easy combination of only the trendiest colours.

The offer of the MAGNAT brand was expanded in 2010 as well. The colour offer of latex emulsion paint MAGNAT was expanded with 5 new colours, reflecting aesthetic trends in a globalised world, such as transculturalism and individualised approach to decoration. The offer of wall emulsion paints in ready-to-use colours is complemented with MAGNAT colouring system bases. In the discussed period, the sale of latex emulsion base was launched in satin gloss variant, which, in addition to a subtle decorative effect, ensures better utilitarian properties of the surface.

Rozwój asortymentu nastąpił również w ofercie linii dekoracji ściennych MAGNAT STYLE. Dotychczas istniejąca kolekcja ośmiu systemów dekoracyjnych została wzbogacona o pięć kolejnych: Samum – produkt pozwalający odwzorować na ścianie strukturę piasku „naniesionego” tam przez gorący, pustynny wiatr; Stuk Wapienny imitujący szlifowany kamień o subtelnych kolorach, Intonaco nadający powierzchniom fakturę drobnoziarnistego tynku; Beton nawiązujący do naturalnego, „surowego” betonu budowlanego oraz Metallico idealnie imitujący efekt metaliczny opalizujący światło. Rozbudowana oferta systemów dekoracji ściennych pozwala stworzyć niebanalne przestrzenie, z różnorodnymi efektami estetycznymi. Dążąc do zapewnienia różnorodności oferty marki,

Spółka dominująca uzupełniła ofertę marki MAGNAT o samoprzylepne, welurowe dekoracje ścienne. Pozwalają one na osiągnięcie w prosty sposób bardzo ciekawych efektów, są także doskonałym uzupełnieniem oferty ściennych dekoracji MAGNAT STYLE.

The assortment was also expanded in the line of MAGNAT STYLE wall decorations. The existing collection of eight decoration systems was expanded with five more: Samum – product imitating the structure of sand carried over by hot, desert wind on the wall, Lime Stucco – product imitating polished stone with subtle hues, Intonaco – giving a structure of fine-grained plaster to surfaces, Concrete – imitating natural, “raw” construction concrete, and Metallico – a perfect imitation of an opalescent metallic effect. The expanded offer of wall decoration systems allows the user to create unique spaces with varied aesthetic effects. To ensure brand diversity, the Parent Company complemented the MAGNAT brand with self-adhesive, velour wall decorations. They allow the user to create original effects in a simple way and complement the wall decoration offer MAGNAT STYLE.



W zakresie wyrobów przemysłowych – farb ogniochronnych FLAMESORBER oraz farb proszkowych – kontynuowano prace nad poszerzeniem oferty (nowe grupy produktowe) oraz usprawnieniem obsługi sprzedażowej i serwisu technicznego.

Oferowanie produktów innowacyjnych o wysokiej jakości to jedno z kluczowych zadań Grupy Śnieżka. Ogromne znaczenie ma tutaj również dostosowywanie ich receptur do obowiązujących norm unijnych dotyczących zawartości Lotnych Związków Organicznych (LZO). W ramach tej działalności spółki zależne w odpowiednich terminach zakończyły prace badawczo-rozwojowe dostosowujące receptury oferowanych wyrobów do obowiązujących dyrektyw oraz wprowadziły takie wyroby do swojej oferty.

W asortymencie Spółki zależnej **Hadrokor**, oprócz wyrobów produkowanych we współpracy ze Spółką dominującą, realizowana jest produkcja farb i zestawów do zabezpieczeń antykorozyjnych przeznaczonych dla odbiorców oczekujących wyrobów przeznaczonych do specjalistycznych i profesjonalnych zastosowań w zakresie ochrony przed korozją. Ważnym obszarem projektów badawczo-rozwojowych prowadzonych w Spółce są prace związane z rozwojem oferty farb ogniochronnych. Jednocześnie prowadzone są działania zmierzające do optymalizacji procesu produkcji specjalistycznych farb antykorozyjnych.

Nasze marki
Our brands



In industrial products, fire protection paints FLAMESORBER and powder paints, efforts were made to expand the offer (new product groups) and streamline sales and technical service.

One of Śnieżka Group's key tasks consists in offering innovative and high quality products. Great importance is attached to adjusting their recipes to the applicable EU standards for Volatile Organic Compounds (VOC). As part of these efforts, the subsidiaries completed R&D work to adjust the recipes of the offered products to the applicable directives and included such products in their offer.

The subsidiary **Hadrokor**, besides products manufactured in partnership with the Parent Company, manufactures products and sets for anti-corrosive protection intended for customers expecting specialist and professional anti-corrosive protection applications. An important area of the Company's R&D is the development of fire protection paints. Measures are undertaken to optimise the manufacture of specialist anti-corrosive paints.

Śnieżka BEL-POL w roku 2010 kontynuowała produkcję oraz sprzedaż sypkiej masy szpachlowej **Acryl-Putz**, impregnatów i tynków gipsowych. Wprowadzono do asortymentu sprzedaży tynk gipsowy **Acryl-Putz Start** oraz gotową masę szpachlową **Acryl-Putz Finish**. Natomiast w roku 2011 rozpoczęto produkcję oraz sprzedaż białych farb emulsyjnych.

Spółka **Farbud** jest hurtownią farb i lakierów prowadzącą sprzedaż wyrobów Śnieżki, jak również innych producentów. Udział Spółki dominującej w przychodach Farbudu wynosi ponad 31%.

Śnieżka-Ukraina w roku 2010 prowadziła produkcję oraz sprzedaż farb wodorozcieńczalnych oraz sypkiej masy szpachlowej **Acryl-Putz**. Spółka kontynuowała również dystrybucję wyrobów i towarów Spółki dominującej. Udział Spółki dominującej w przychodach wynosi ponad 25 %.

Na rynku ukraińskim znajdują się zarówno wyroby produkowane przez spółkę Śnieżka Ukraina, jak i wyroby importowane z Polski. Spółka jest importerem

In 2010, **Śnieżka BEL-POL** continued to manufacture and sell loose putty compound **Acryl-Putz**, impregnants and gypsum plasters. A gypsum plaster **Acryl-Putz Start** and a ready-to-use putty compound **Acryl-Putz Finish** were introduced to the assortment. 2011 also saw the launch of the production and sale of white emulsion paint.

Farbud is a wholesaler of paints and varnishes and it distributes the products of Śnieżka and other manufacturers. The Parent Company's share in Farbud's revenue is over 31%.

In 2010, **Śnieżka-Ukraina** produced and distributed water-soluble paints and loose putty compound **Acryl-Putz**. The Company also continued to distribute the parent company's products and goods. The Parent Company's share in revenue is over 25%. Products manufactured by Śnieżka Ukraina as well as products imported from Poland can be found on the Ukrainian market. The company imports products from Poland and provides a comprehensive supply of distributors with the full assortment of products

wyrobów z Polski i kompleksowo zaopatruje dystrybutorów w pełny asortyment wyrobów (niezależnie od kraju pochodzenia). W ukraińskiej spółce zależenie nastąpiło naturalne przejście z importu na sprzedaż produktów własnych w grupach wyrobów emulsyjnych, szpachli oraz wyrobów ftalowych.

W związku z wprowadzeniem w 2010 roku istotnych zmian w organizacji portfolio, również na rynku ukraińskim wprowadzono zmiany pozwalające na stosowanie strategii multibrandingowej. Do oferty wprowadzono system ociepleń pod nową marką **FOVEO TECH** oraz wyroby do dekoracji drewna **Vidaron**.

Śnieżka w Wistowej na Ukrainie w roku 2010 prowadziła produkcję oraz sprzedaż farb rozpuszczalnikowych białych (**SUPERMAL**) oraz sprzedaż hurtową wyrobów i towarów Spółki dominującej. Udział Spółki dominującej w przychodach wyniósł około 9%.

Spółka **Śnieżka Romania** jest dystrybutorem farb i lakierów prowadzącą w 2010 roku sprzedaż hurtową wyrobów Śnieżki. Udział Spółki dominującej w przychodach Śnieżki Romania wyniósł 100 %.

Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych Proximal z siedzibą w Lubzinie – nie prowadziła produkcyjnej działalności operacyjnej. Produkcja farb i lakierów proszkowych realizowana jest nadal przez spółkę dominującą.

(irrespective of the country of origin). The Ukrainian subsidiary switched from import to the sale of own products in the groups of emulsion products, putty compounds and phthalic products.

In connection with the introduction of significant changes in 2010 in the organisation of the portfolio, changes were also made on the Ukrainian market, allowing for the multibranding strategy to be used. The offer was expanded with a thermal insulation system under the new brand **FOVEO TECH** and wood decoration products **Vidaron**.

Śnieżka in Wistowa, Ukraine, produced and distributed white solvent paints (**SUPERMAL**) and operated as a wholesaler of products and goods of the Parent Company in 2010. The Parent Company's share in revenue was approx. 9%.

Śnieżka Romania is a distributor of paints and varnishes and in 2010 it acted as a wholesaler of Śnieżka's products. The Parent Company's share in the revenue of Śnieżka Romania was 100%.

Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych Proximal with registered office in Lubzina did not run manufacturing as its operating business. Powder paints and varnishes continue to be manufactured by the parent company.

IP SOLUTIONS

z siedzibą w Brzeźnicy – spółka nie uzyskała istotnych przychodów w 2010 r.

TM INVESTMENT

z siedzibą w Brzeźnicy – spółka nie uzyskała istotnych przychodów w 2010 r.

IP SOLUTIONS

based in Brzeźnica – the company did not generate any material revenue in 2010.

TM INVESTMENT

based in Brzeźnica – the company did not generate any material revenue in 2010.



Rynek zagraniczny

w 2010 roku udział rynków zagranicznych w strukturze sprzedaży osiągnął poziom 33,9%. Dynamika wyniosła 106,7% w porównaniu do 2009 roku.

Foreign market

In 2010 the share of foreign markets in the structure of sales reached a level of 33.9%. The dynamics reached 106.7% compared to 2009.

Dynamika sprzedaży

W 2010 roku Grupa Kapitałowa Śnieżka osiągnęła sprzedaż na poziomie 531,7 mln zł, co oznacza 101,04% dynamikę w porównaniu do roku 2009. Dynamika sprzedaży wyrobów Grupy ogółem była również dodatnia i wyniosła 101,6%.

W sprzedaży Grupy Kapitałowej Śnieżka dominują wyroby dekoracyjne oraz masy szpachlowe. Udział tych wyrobów stanowi ponad 79% ogółu sprzedaży, a ich łączna dynamika wynosi 101,8% w porównaniu do roku 2009. Wzrost ten wynika z roz-

woju rynku Grupy Kapitałowej, realizacji priorytetów w strategii marketingowej oraz uzyskania efektów lokalizowania produkcji nowych produktów tego segmentu w podmiotach zależnych Grupy Kapitałowej Śnieżka. Trzecią grupą, z 18% udziałem w sprzedaży, była grupa towarów handlowych.

Sprzedaż Spółki dominującej

W 2010 roku Spółka dominująca osiągnęła sprzedaż 413 mln zł, co dało dynamikę wzrostu 100,3% w stosunku do roku 2009.

Sprzedaż Grupy Kapitałowej Śnieżka w ujęciu wartościowym (tys. zł)
Sales of Śnieżka Capital Group in value terms (thousands of PLN)

Wyszczególnienie Item	2010	2009	Dynamika Dynamics
Wyroby dekoracyjne / Decorative products	345 508	340 110	101,6%
Masy szpachlowe / Putty compounds	78 111	76 159	102,6%
Towary / Goods	96 070	98 101	97,9%
Materiały / Materials	5 092	5 246	97,1%
Pozostałe przychody / Other revenue	6 918	6 608	104,7%
Suma całkowita: / Total sales	531 699	526 224	101,0%

Sales dynamics

In 2010, the sales of Śnieżka Capital Group reached PLN 531.7 million, which accounts for a sales dynamics of 101.04% compared to that of 2009. The total sales dynamics of the Group's products were positive and reached 101.6%.

The sales of Śnieżka Capital Group are dominated by decorative products and putty compounds. These products' share is over 79% of overall sales and the total dynamics are 101.8% over 2009. The increase is due to the development of the Capital Group's market, pursuit of priorities in the marketing strategy and the effects of locating the manufacture of new products in this segment in Śnieżka Capital Group's subsidiaries. The third group with an 18% sales share was the group of merchandise.

Parent Company's sales

In 2010, the Parent Company generated PLN 413 million worth of sales, which represents a 100.3% growth dynamics in comparison to 2009.



Sprzedaż Spółki dominującej w ujęciu wartościowym (tys. zł) według grup produktowych
 Parent Company's sales in value terms (thousands of PLN) according to product groups

Wyszczególnienie Item	2010	2009	Dynamika Dynamics
Wyroby dekoracyjne / Decorative products	285 283	286 367	100%
Masy szpachlowe / Putty compounds	37 596	40 423	93%
Pozostałe wyroby / Other products	3 630	1 900	191%
Towary / Goods	58 260	57 145	102%
Pozostałe przychody / Other revenue	5 284	4 448	119%
Materiały / Materials	22 984	21 575	107%
Suma całkowita: / Total sales	413 037	411 859	100,3%

Sprzedaż na rynkach zagranicznych

W roku 2010 ponad 90% ogółu sprzedaży Spółki dominującej stanowiły trzy grupy: 69% stanowiła sprzedaż wyrobów dekoracyjnych, 14% towarów handlowych, 9% udziału stanowiły masy szpachlowe.

Sprzedaż na rynkach zagranicznych

Rezultaty działalności Grupy Kapitałowej na rynkach zagranicznych należy uznać za dobre, gdyż przy ogólnym spadku rynku i produkcji farb na obszarach działania spółek zlokalizowanych za granicą osiągnięto większą sprzedaż, czego przykładem są wyniki sprzedaży na Ukrainie i Białorusi.

Udział rynków zagranicznych w sprzedaży Grupy ogółem w 2010 roku stanowił 33,9%. Dynamika wyniosła 106,7% w porównaniu do roku 2009.

Sales on foreign markets

In 2010, over 90% of the Parent Company's total sales comprised three groups: sale of decoration products (69%), merchandise (14%) and putty compounds (9%).

Sales on foreign markets

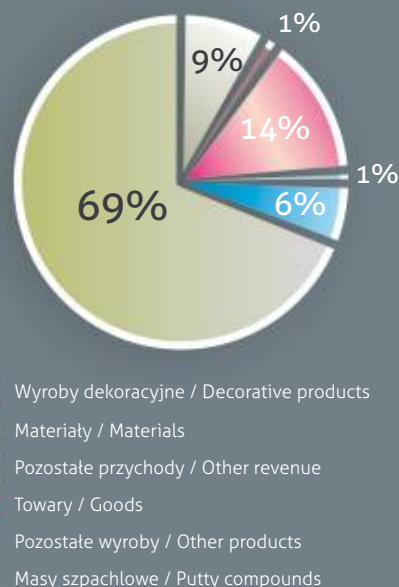
The results of the Capital Group's activities on foreign markets are positive because, with an overall decline in market and manufacture of paints in areas where foreign operations are located, higher sales were generated, as shown by the sales results in Ukraine and Belarus.

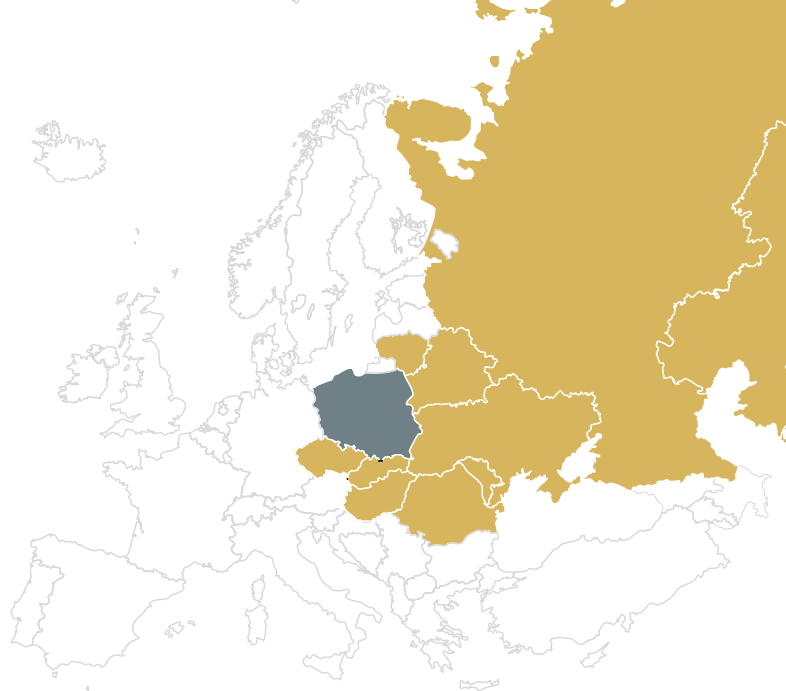
The share of foreign markets in the Group's overall 2010 sales was 33.9%. The dynamics equalled 106.7% over 2009.

Dynamika wzrostu sprzedaży w FFIL Śnieżka SA 2009-2010 / Sales growth dynamics at FFIL Śnieżka SA 2009-2010



Sprzedaż spółki dominującej według grup produktowych / Sales of product groups in Parent Company's





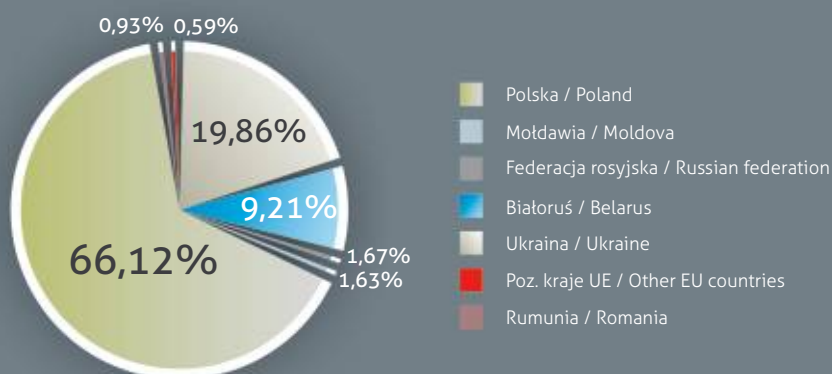
Dynamika sprzedaży Grupy Kapitałowej Śnieżka w poszczególnych krajach w tys. zł
Śnieżka Capital Group's sales dynamics in individual countries, in thousands of PLN

Główne kierunki eksportu
Main export directions

Struktura geograficzna Geographical structure	Wartość sprzedaży PLN Sales value in PLN		Dynamika Dynamics
	2010	2009	2010/2009
POLSKA / POLAND	351 569	357 460	98,35%
Pozostałe kraje, w tym: / Other countries, including:	180 130	168 765	106,73%
UKRAINA / UKRAINE	105 575	101 028	104,50%
BIAŁORUŚ / BELARUS	48 985	45 106	108,60%
FEDERACJA ROSYJSKA / RUSSIAN FEDERATION	8 892	6 396	139,02%
MOŁDAWIA / MOLDOVA	8 617	7 433	115,93%
RUMUNIA / ROMANIA	4 940	6 047	81,69%
POZOSTAŁE / OTHER	3 121	2 755	113,29%
Suma całkowita: / In total:	531 699	526 224	101,04%

Raport Roczny 2010 Annual Report 45

Sprzedaż Grupy Kapitałowej Śnieżka w poszczególnych krajach w 2010 r. /
Śnieżka Capital Group's 2010 sales in individual countries



W 2010 roku Grupa Śnieżka osiągnęła na Ukrainie sprzedaż 105,6 mln zł, co dało dynamikę wzrostu 104,5% w stosunku do roku 2009.

Sprzedaż w ujęciu wartościowym wyrażona w hrywnach ukraińskich wyniosła 272,1 mln UAH, co dało dynamikę 106,5%.

W roku 2010 ponad 93% ogółu sprzedaży stanowiły dwie grupy: 67% stanowiła sprzedaż wyrobów dekoracyjnych oraz 16% udziału stanowiły masy szpachlowe.

Na trudnym rynku ukraińskim pozytywnie należy odnotować wyniki należącej do Grupy Kapitałowej Spółki zależnej w Jaworowie. Dynamika sprzedaży Spółki Śnieżka-Ukraina pozostaje niezmiennie na wysokim poziomie. Za 12 miesięcy 2010 r. przychody tej Spółki ze sprzedaży wyrobów osiągnęły prawie 192 miliony UAH, co oznacza prawie 9% wzrost w porównaniu do roku ubiegłego.

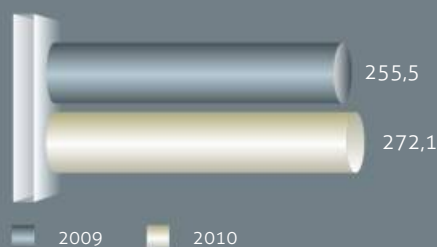
In 2010, Śnieżka Group generated PLN 105.6 million worth of sales in Ukraine, which represents a 104.5% dynamics in comparison to 2009.

Sales in value terms expressed in Ukrainian hryvnias amounted to UAH 272.1 million, which represents a 106.5% dynamics.

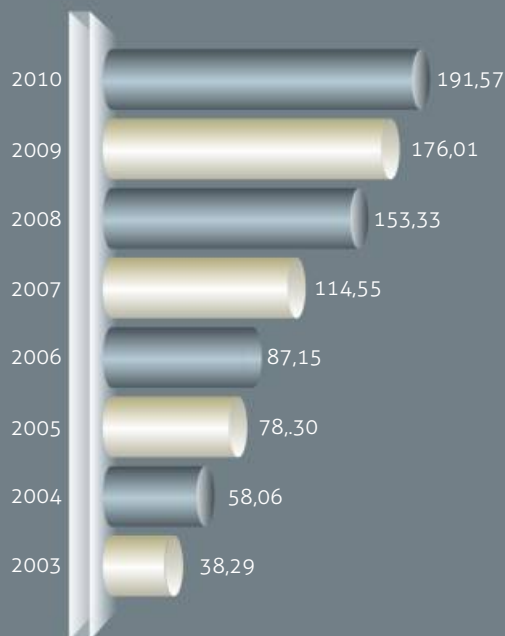
In 2010, over 93% of total sales comprised two groups: sale of decoration products (67%) and putty compounds (16%).

On the tough Ukrainian market, the Capital Group's Yavoriv-based Subsidiary did remarkably well. The sales dynamics of Śnieżka-Ukraina remains stable at a high level. In the 12-month period of 2010, the company's sale revenues reached nearly UAH 192 million, representing almost a 9% increase compared to the previous year.

Sprzedaż Grupy Kapitałowej Śnieżka na rynku ukraińskim w mln UAH w 2010 roku / Śnieżka Capital Group's 2010 sales on the Ukrainian market in millions of UAH



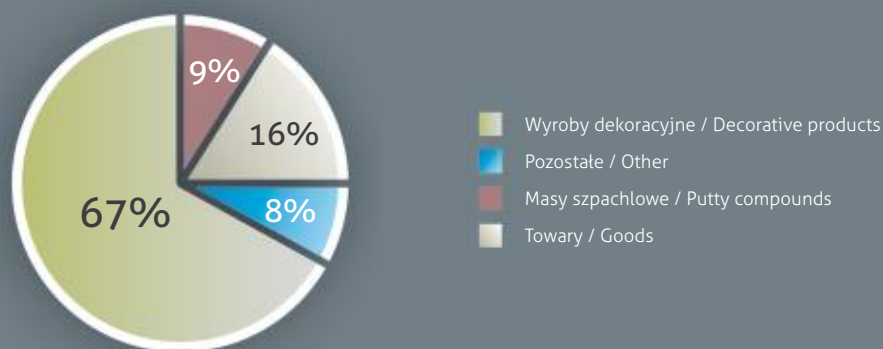
Prównanie sprzedaży w Śnieżka - Ukraina w latach 2003-2010 w mln UAH / Sales comparison in Śnieżka - Ukraina from 2003 to 2010 in millions of UAH



W roku 2010 ok. 70% ogółu sprzedaży Śnieżki-Ukraina stanowiła sprzedaż produktów w dwóch grupach: wyroby

dekoracyjne i masy szpachlowe. Trzecią, o ponad 28-procentowym udziale, była sprzedaż towarów handlowych.

Udział grup produktowych w sprzedaży na rynku ukraińskim /
Share of product groups in sales on the Ukrainian market



In 2010, approx. 70% of the total sales of Śnieżka-Ukraina comprised two product groups: decorative products and putty

compounds. The third best group with more than 28% share was the sale of merchandise.

W 2010 roku Grupa Śnieżka osiągnęła na Białorusi sprzedaż ponad 48,9 mln zł, co dało dynamikę wzrostu ponad 108% w stosunku do roku 2009.

W roku 2010 ponad 95% ogółu sprzedaży stanowiły dwie grupy: sprzedaż mas szpachlowych (67%) oraz wyroby dekoracyjne 28%.

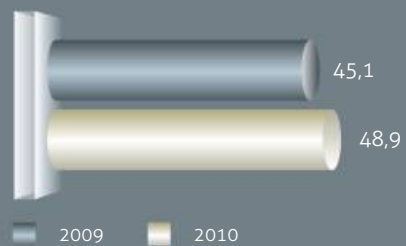
Portfolio Śnieżki na rynku białoruskim opiera się na produktach dwóch marek Śnieżka oraz Acryl Putz. Ponad połowa produktów była eksportowana na rynek białoruski, dodatkowo oferta była uzupełniana o masy szpachlowe Acryl Putz Start produkowane w spółce Śnieżka BEL-POL. W 2010 roku oferta białoruskiej spółki była powiększona o tynk gipsowy Acryl Putz Start oraz gotową masę szpachlową Acryl Putz Finisz.

In 2010, Śnieżka Group generated over PLN 48.9 million worth of sales in Belarus, which represents a 108 % dynamics in comparison to 2009.

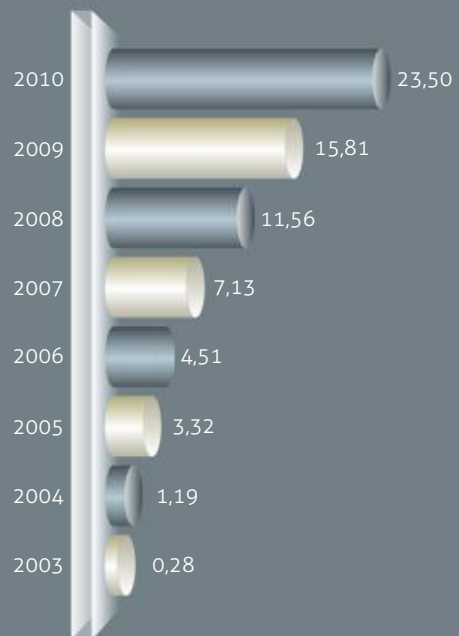
In 2010, over 95% of total sales comprised two groups: sale of putty compounds (67%) and decoration products (28%).

Śnieżka's portfolio on the Belarusian market is based on two Śnieżka brands and Acryl Putz. More than one half of the products were exported to the Belarusian market. The offer was expanded with putty compounds Acryl Putz Start manufactured in Śnieżka BEL-POL. In 2010, the offer of the Belarusian company was expanded with gypsum plaster Acryl Putz Start and ready-to-use putty compound Acryl Putz Finish.

Sprzedaż Grupy Kapitałowej Śnieżka na rynku białoruskim w mln PLN w 2010 roku / Śnieżka Capital Group's 2010 sales on the Belarusian market in millions of PLN



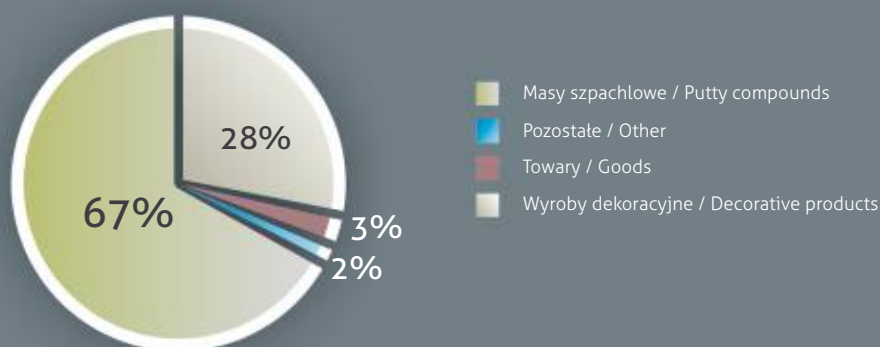
Prównanie sprzedaży w Śnieżka BEL-POL w latach 2003 - 2010 w mld BYR / Sales comparison in Śnieżka BEL-POL from 2003 to 2010 in billions of BYR



Pomimo, wydawałoby się, bardzo trudnego rynku białoruskiego Grupa Śnieżka dobrze sobie tam radzi również jako producent. Wyniki należącej do Grupy Kapitałowej Spółki zależnej w Żodino na Białorusi wyglądają bardzo obiecująco. Dynamika sprzedaży Spółki

Śnieżka BEL-POL pozostaje niezmiennie na wysokim poziomie. Za 12 miesięcy 2010 r. przychody tej Spółki ze sprzedaży wyrobów osiągnęły prawie 23,5 miliarda BYR, co oznacza prawie 49% wzrost w porównaniu do roku ubiegłego.

Udział grup produktowych w sprzedaży na rynku białoruskim /
Share of product groups in sales on the Belarusia market



In spite of the apparently tough Belarusian market, Śnieżka Group manages well as a manufacturer. The results of the Zhodzina-based Belarusian subsidiary of the Capital Group look very promising. The sales dynamics of Śnieżka BEL-POL remain at a high level. In the 12-month

period of 2010, the company's sale revenues reached nearly BYR 23.5 billion, representing almost a 49% increase compared to the previous year.

Badania i rozwój

W 2010 roku Spółka dominująca realizowała szeroki zakres prac badawczo-rozwojowych ukierunkowanych na opracowywanie nowych wyrobów i ciągłe doskonalenie jakości wyrobów już produkowanych. Realizując te prace, Spółka ściśle współpracuje z wieloma laboratoriami koncernów i firm będących dostawcami surowców do produkcji, jak również z niezależnymi instytutami naukowo-badawczymi.

Ze względu na strukturę grupy Śnieżka – Spółka dominująca sprawuje również nadzór nad wyrobami produkowanymi przez firmy zależne zarówno w Polsce, jak i na Ukrainie i Białorusi.

Powyższe działania mają na celu:

- zapewnienie wysokiej jakości produkowanych wyrobów,
- obniżenie kosztów surowcowych produktów,
- ochronę środowiska naturalnego.



50 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Research and development

In 2010, the Parent Company carried out a wide range of R&D works aimed at developing new products and continuous improvement of the quality of the already manufactured products. As part of these works, the Company works closely with numerous laboratories of concerns and suppliers of production raw materials as well as with independent science and research institutes.

Given Śnieżka group's structure, the Company also supervises products manufactured by subsidiaries in Poland, Ukraine and Belarus.

These activities are aimed at:

- ensuring high quality products,
- reducing raw material costs,
- protecting the environment.

Osiągnięte dobre parametry wyrobów Śnieżki były potwierdzone przez Instytut Techniki Budowlanej, który wydaje Aprobaty Techniczne i certyfikaty na nowe wyroby, a także przez Oddział Zamiejscowy Instytutu Przemysłu Tworzyw i Farb w Gliwicach oraz Instytut Technologii Drewna w Poznaniu, które przeprowadzają niektóre badania wyrobów Śnieżki niemożliwe do wykonania w laboratorium zakładowym ze względu na brak odpowiedniego, specjalistycznego wyposażenia.

Śnieżka sukcesywnie inwestuje w nowoczesne technologie i innowacyjne rozwiązania, dużą wagę przywiązując także do jakości swoich wyrobów. Dowodem tego jest m.in. uzyskana w grudniu 2007 roku przez Laboratorium Kontroli Jakości FFiL Śnieżka S.A. Akredytacja Polskiego Centrum Akredytacji. Świadczy ona o najwyższym standardzie świadczonych usług i prac prowadzonych w Laboratorium.

W razie potrzeby próbki wyrobów są badane w laboratoriach firm zagranicznych współpracujących ze Śnieżką.

Śnieżka jest obecnie jedyną w Polsce firmą produkcyjną w swojej branży, która posiada akredytowane Laboratorium Kontroli Jakości.

Śnieżka is currently the only Polish manufacturing company in the industry with an accredited quality control laboratory.

The good quality of the parameters of Śnieżka's products was confirmed by the Building Research Institute (ITB), which issues technical approvals and certificates for new products, as well as by the Gliwice branch of the Institute for Plastics and Paints Industry (IPTiF) and the Wood Technology Institute (ITD) in Poznań, both of the latter carrying out tests on Śnieżka's products that cannot be carried out in the in-house laboratory for lack of specialised equipment.

Śnieżka systematically invests in high technologies and innovative solutions, and attaches great importance to the quality of its products. Tangible proof of the Company's commitment is that in December 2007 the Quality Control Laboratory of FFiL Śnieżka S.A. received the accreditation of the Polish Centre for Accreditation (PCA), which confirms the top standard of the Laboratory's services and works.

If necessary, samples of the company's products are tested in laboratories of the foreign partners of Śnieżka.



RUSSIA



Rosja

Głównym kierunkiem eksportu są dla nas posiadające duży potencjał ludnościowy oraz ekonomiczny kraje Europy Środkowej i Wschodniej. Grupa Śnieżka coraz wyraźniej zaznacza swoją obecność na wymagającym rynku rosyjskim.

Russia

The main direction of exports are for us, having high population and economy potential, countries of Central and Eastern Europe. Śnieżka Group is increasingly making its presence on the challenging Russian market.

Ochrona środowiska

Aspekty Ochrony Środowiska są częścią funkcjonującego w fabryce systemu zarządzania jakością oraz jednym z głównych celów polityki Zarządu, ze szczególnym uwzględnieniem i poparciem działań prośrodowiskowych.

Spółki Grupy Kapitałowej Śnieżka należą do przedsiębiorstw branży chemicznej, prowadzących produkcję preparatów powlekających, farb, lakierów i spoiw, drogą mieszania pigmentów, żywic i rozpuszczalników, a przez to kwalifikujących się do zakładów mogących znacząco oddziaływać na środowisko. Mając na uwadze powyższe, Spółka wszystkie inwestycje i przedsięwzięcia podejmuje w uzgodnieniu z organami ochrony środowiska. Podobny system jest obecnie wdrażany w spółce zależnej Hadrokor. Spółka dominująca przyjęła strategię ciągłego ulepszania jakości wyrobów przy założeniu eliminowania do minimum wykorzystywania technologii stanowiących zagrożenie dla środowiska naturalnego, czy też używania półproduktów na bazie niebezpiecznych substancji.

Całość produkcji Śnieżki podzielona jest lokalizacyjnie na trzy oddziały w Brze-

źnicy, Pustkowie i Lubzinie, a ich zakres korzystania ze środowiska jest bardzo szeroki. Obejmuje:

- emisję zanieczyszczeń do powietrza – w analizowanym roku zanotowano zmniejszenie emisji LZO na poziomie od 2 do 33%,
- odprowadzanie wód i ścieków opadowych po podczyszczaniu do ziemi – nie odnotowano przekroczeń w zakresie ustalonego tła, tj. substancji i węglowodorów ropopochodnych, ekstraktu eterowego i zawiesiny ogólnej,
- wytwarzanie odpadów – wszystkie powstające odpady poprodukcyjne i tzw. towarzyszące przekazane zostały do utylizacji, zagospodarowania lub przetwarzania z wyłączeniem składowania, zakładom prowadzącym działalność w tym zakresie,
- gospodarkę opakowaniami, w myśl realizacji obowiązków wynikających z ustawy opakowań i odpadów opakowaniowych – w roku analizowanym obowiązek recyklingu i odzysku opakowań wprowadzonych na rynek Spółka wypełniła za pośrednictwem organizacji odzysku, z kilkuprocentowym wykorzystaniem własnych wytworzonych odpadów opakowaniowych.

Environmental impact

Environmental Protection Aspects are a part of the Parent Company factory's quality management system and one of the main goals of the Management Board's policy, with particular attention and support being devoted to pro-environment actions.

The member companies of the Śnieżka Capital Group are chemical sector businesses manufacturing coating preparations, paints, varnishes and binders by the mixing pigments, resins and solvents, thus they can be classified as businesses having a considerable impact on the environment. Bearing that in mind, all investments and undertakings are carried out in consultation with environmental protection authorities.

A similar system is currently being implemented in the subsidiary Hadrokor. The Parent Company adopted the strategy of continuously improving the quality of its products, while minimising the use of technologies that pose a threat to the natural environment or semi-finished products based on hazardous substances.

The whole production of Śnieżka's Factory is divided into three locations: Plant in Brzeźnica, Pustków and Lubzina, and their environmental impact is substantial. Includes the following:

- emission of pollutants into the air – in the analysed year, a decrease in VOC emissions of 2 to 33% was recorded,
- disposal of water and rain water, after pre-treatment, into the soil – the defined background values were not exceeded, i.e. substances and oil-derived hydrocarbons, ether extract and overall suspension,
- waste production – all production waste and accompanying waste was delivered to disposal, reuse or processing, excluding storage, to businesses competent in this area,
- packaging and waste packaging management as part of fulfilling the obligations under the respective act – in the analysed year, the obligation to recycle and recover packaging introduced to the market was fulfilled through recovery organisation, with the use of own waste packaging at the level of a few per cent.

W 2010 roku Spółka dominująca wywiązała się z obowiązku naliczenia i uiszczenia opłaty za korzystanie ze środowiska w zakresie wprowadzania gazów i pyłów do powietrza oraz wprowadzania ścieków do ziemi, na podstawie stosownych wykazów, przestanych do Urzędu Marszałkowskiego i Inspektoratu Ochrony Środowiska w Rzeszowie.

Działalność produkcyjna Śnieżki objęta jest stosownymi, sektorowymi pozwoleniami, ujmującymi korzystanie ze środowiska, zatwierdzonymi przez wszystkie wymagane prawem Urzędy Administracji Państwowej.

W celu realizacji niektórych warunków prawidłowego funkcjonowania Zakładów przeprowadzane są badania samokontrolne. W 2010 roku analizowano ścieki odprowadzane do ziemi, poziom emisji LZO, kontroli poddano także środowisko gruntowo-wodne. Wyniki powyższych analiz nie wykazały przekroczeń założonych progów dla emitowanych substancji.

In 2010, the Parent Company fulfilled the obligation to calculate and make the environmental impact payment in relation to the emission of gas and dust into the air and the emission of waste water into the soil, based on the respective lists sent to the Marshal's Office and the Inspectorate for Environmental Protection in Rzeszów.

The production facility of Śnieżka's factory has the respective sector-specific permits defining the environmental impact and approved by all State Administration Authorities, as required by the law.

Self-tests are performed to fulfil some of the conditions for correct operation of the Plants. In 2010, waste water disposed of into the soil, VOC emissions as well as soil and water environment were analysed and tested. The results of these analyses have not revealed any values in excess of the thresholds adopted for the emitted substances.

Spółki Grupy Kapitałowej Śnieżka w sposób ciągły współpracują z Organami Nadzoru Państwowego w Polsce oraz ich odpowiednikami za granicą, realizując wnioski i zalecenia tych organów.

O prawidłowości prowadzonej działalności w zakresie korzystania ze środowiska oraz przeciwdziałania wystąpienia poważnych awarii przemysłowych, a także REACH i ADR zaświadczały przeprowadzone w marcu i kwietniu 2010 kontrole zewnętrznych Inspektorów Organów Państwowych w Spółce dominującej.



The companies of the Śnieżka Capital Group continue to work together with Polish State Supervisory Bodies and similar bodies abroad as they comply with the requests and recommendations of these bodies.

The correctness of operations in terms of the environmental impact and counteracting major industrial faults as well as REACH and ADR compliance is confirmed by the audits conducted by external Inspectors of State Bodies in the Parent Company in March and April of 2010.

Polityka personalna i szkolenia pracowników

Polityka kadrowa związana jest ze strategicznymi celami Grupy Kapitałowej - zmierza do racjonalnego przyrostu zatrudnienia, przy niewielkich zmianach w strukturze organizacyjnej Spółek Grupy i rosnącym zakresie automatyzacji prac produkcyjnych. W roku 2010 odnotowano wzrost zatrudnienia w Grupie z poziomu 1032 pracowników (na dzień 31.12.2009 r.) do 1038 osób na koniec 2010 roku. Jest to związane ze wzrostem zatrudnienia w spółce zależnej na Białorusi, co miało jednak swoje uzasadnienie m.in. w rosnącej wydajności. Średnie zatrudnienie w całym roku 2010 wyniosło 1051 osób (bez Zarządu). Średnie

zatrudnienie w poszczególnych miesiącach kształtowało się różnie – zwiększało się od miesiąca marca, po czym malało w miesiącu wrześniu.

Jest to związane przede wszystkim z charakterystyczną dla branży farb i lakierów sezonowością i dotyczy głównie pracowników produkcji oraz magazynów. W 2010 roku odnotowano prawie 10% wzrost przeciętnego wynagrodzenia w Spółkach Grupy Kapitałowej.

Średnie zatrudnienie w całym roku 2010 wyniosło 1051 osób (bez Zarządu).

Average employment throughout 2010 amounted to 1,051 people (excluding the Management Board).

Human Resources and Staff Training

The Capital Group's personnel policy is linked to its strategic goals: it aims at a rational growth of employment, while introducing small changes to the Group Companies' organisational structure and automating production processes. In 2010, the Group's employment increased from 1,032 (status as at 31.12.2009) to 1,038 people at the end of 2010. This is linked to the increase of employment in the Belarusian subsidiary and justified by, among other things, growing efficiency. Average employment throughout 2010 amounted to 1,051 people (excluding the Management Board). Average employment in individual months was varied: it started to increase from March and then it decreased in September.

This is primarily linked to the seasonal nature of the paints and varnishes industry and affects mainly production and warehouse personnel. In 2010, nearly

10% increase in average remuneration was recorded in the Capital Group's Companies.

Work efficiency

In 2010, an increase in work efficiency was recorded both in terms of sales value and efficiency per labourer.

Our goals include employing direct production personnel with vocational and secondary education as well as raising the qualifications of employed white-collar workers. In the Capital Group's structure, employees with secondary and vocational education prevail, which is linked to the production-oriented nature of the Group Companies' business. There is a tendency for personnel to raise their qualifications. Therefore, there are more people with a university degree. This trend is likely to continue over the following years.

Wydajność pracy

W 2010 roku zanotowano wzrost wydajności liczonej zarówno wartością sprzedaży, jak i na jednego pracownika.

Założone cele przewidują zatrudnianie pracowników z wykształceniem zawodowym i średnim na stanowiska bezpo-

średnio produkcyjne oraz podnoszenie kwalifikacji pracowników umysłowych już zatrudnionych. W strukturze Grupy Kapitałowej przeważają pracownicy z wykształceniem średnim i zawodowym, co jest związane z produkcyjnym charakterem działalności Spółek Grupy. Zarysowuje się tendencja podnoszenia kwalifikacji przez pracowników, stąd wzrost osób z wykształceniem wyższym. Tendencja ta powinna się utrzymać w następnych latach.

Potencjał ludzki jest jednym z najważniejszych czynników przyczyniających się do sukcesów Grupy.

Wyszczególnienie Item	2010	2009	Dynamika Dynamics
Sprzedaż wyrobów w tys. zł / Sale of products, in thousand PLN	423 618,0	416 269,0	101,8%
Średnie zatrudnienie w roku (bez Zarządu) / Average annual employment (excluding the Management Board)	1 051,0	1 044,9	100,6%
W tym bezpośrednio produkcyjni / Including direct labour	316,0	334,3	94,5%
Wydajność ogółem liczona wartością sprzedaży / Overall efficiency in terms of sales value	403,1	398,4	101,2%
Wydajność na 1 pracownika / Efficiency per 1 labourer	1 340,6	1 245,2	107,7%



The potential of our personnel is one of the most important factors contributing to the Group's success.

Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego

1. Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. podlega zbiorowi zasad ładu korporacyjnego określonego w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW stanowiącego załącznik do uchwały Nr 17/1249/2010 Rady Giełdy z dnia 19 maja 2010 roku. Tekst zbioru zasad jest publicznie dostępny na stronie www.corp-gov.gpw.pl

2. W ciągu 2010 roku emitent nie odstąpił od stosowania żadnej zasady. W związku ze zwiększeniem składu Rady Nadzorczej Spółki do 6 osób w Spółce został powołany Komitet Audytu.

3. Główne cechy stosowane w przedsiębiorstwie emitenta w zakresie 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 Rachunkowości (w obszarze nieuregulowanym przez MSR) oraz wewnętrzne procedury dotyczące sporządzania okresowych sprawozdań giełdowych. W zakresie kontroli wewnętrznej w Spółce zostało utworzone stanowisko rewidenta zakładowego, w odniesieniu do spółek Grupy Kapitałowej nadzór sprawuje Biuro Nadzoru Właścicielskiego.

4. Akcjonariusze posiadający znaczące pakiety akcji:

Akcjonariusz / Stockholder	Liczba posiadanych akcji / Number of stocks held	Udział w kapitale zakładowym (%) / Share in the share capital (%)	Liczba głosów / Number of votes	Udział w ogólnej liczbie głosów na WZA (%) / Share in overall number of votes at the GSM (%)
Jerzy Pater	2 541 667	18,76	3 208 335	20,63
	w tym bezpośrednio / of which directly 166 667	1,23	833 335	5,36
Stanisław Cymbor	2 541 667	18,76	3 208 335	20,63
	w tym bezpośrednio / of which directly 166 667	1,23	833 335	5,36
Piotr Mikrut	bezppośrednio / directly 1 254 166	9,26	1 787 498	11,49
Rafał Mikrut	bezppośrednio / directly 1 254 167	9,26	1 254 167	8,06
AMPLICO OFE	797 454	5,88	797 454	5,13

58 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Declaration on corporate governance

1. Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. is governed by a set of corporate governance rules as defined in the document "Code of Best Practice for WSE Listed Companies", that constitutes an attachment to resolution no. 17/1249/2010 of the Board of the Warsaw Stock Exchange of 19 May 2010. Corporate governance rules are available at www.corp-gov.gpw.pl

2. The issuer did not abandon any of the practices in 2010. In connection with expanding the composition of the

Company's Supervisory Board to 6 people, an Audit Committee was appointed in the Company.

3. Major characteristics of the issuer's enterprise as regards systems of internal control and risk management applicable to the process of preparation of financial statements and consolidated financial statements are as follows: The process of preparation of financial statements is based on the International Accounting Standards, International Financial Reporting Standards, related interpretations published as regulations of the European Commission, Accounting Act (as regards the issues not regulated by the IAS) and internal procedures for preparation of interim stock exchange reports. As regards internal control in the Company, the position of an internal auditor was created, and the companies from the Capital Group are supervised by the Corporate Governance Office.

4. Holders of significant blocks of stocks

5. 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 33 334 sztuk akcji serii A
- Pan Stanisław Mikrut 33 333 sztuk akcji serii A

6. W spółce nie występują ograniczenia odnośnie wykonywania prawa głosu.

7. Ograniczenia dotyczące przenoszenia praw własności papierów wartościowych emitenta dotyczą posiadaczy akcji imien-

nych uprzywilejowanych FFiL Śnieżka S.A. 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.

8. Opis zasad dotyczących powoływania i odwoływania osób zarządzających oraz ich uprawnień 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.

9. Zmiana statutu lub umowy spółki emitenta wymaga zgody Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy.

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

5. Stockholders with special control powers include: pursuant to the issuer's statute, series A stocks authorise to the appointment of a Member of the Supervisory Board in such a way that each 25,000 stocks authorise to appoint 1 Member of the Supervisory Board. As at the date of this Report, holders of series A stocks included:

- Stanisław Cymbor 33,334 series A stocks
- Jerzy Pater 33,334 series A stocks
- Stanisław Mikrut 33,333 series A stocks

6. No limitations in the execution of the voting rights exist at the Company.

7. Limitations on the transfer of rights to the issuer's securities are attributable to the holders of registered preference stocks in FFiL Śnieżka S.A. Any disposal of such registered preference stocks or their

conversion to bearer stocks requires a prior offer to buy stocks made to all holders of series A stocks by the stockholder interested in their disposal or conversion to bearer stocks

8. Rules for appointing and dismissing managers, and their scope of powers within the Company: pursuant to the statute, the Supervisory Board appoints the President of the Management Board and, at his/her request, other members of the Management Board, and dismisses individual Board members. The decision to issue or redeem stocks requires the consent of the General Stockholders' Meeting.

9. Any amendments to the Company's statute or articles of association require the consent of the General Stockholders' Meeting.

10. The manner of operation of the General Stockholders' Meeting has been defined in the Regulations of the General Stockholders' Meeting available at the issuer's website. Rights of the stockholders and the manner of their execution have been described in the Company's Statute.

Wykaz ważniejszych nagród i wyróżnień uzyskanych przez Śnieżkę w 2010 roku:

Rok 2010 roku przyniósł Śnieżce uznanie za konsekwentną realizację strategii rozwoju i utrzymanie pozycji lidera wśród najbardziej dynamicznych i najbardziej efektywnych przedsiębiorstw w Polsce.

Śnieżka Mocna Wizerunkiem

Spółeczne projekty FFIL Śnieżka zostały nagrodzone w 6. edycji konkursu PR „Mocni Wizerunkiem”.

FFiL Śnieżka otrzymała dwie główne nagrody. Na poziomie ogólnopolskim Firmę wyróżniono za realizację projektu "Kolorowe Boiska... czyli Szkolna Pierwsza Liga", zaś w edycji podkarpackiej Śnieżkę uhonorowano za całokształt działalności społecznej.

Finał realizowanego od 6. lat konkursu

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

Śnieżka Wizytówką Polskiego Produktu 2010

Śnieżka znalazła się w gronie laureatów badania i uzyskując bardzo wysoki odsetek wskazań (40%), została Wizytówką Polskiego Produktu 2010.

Podczas spotkania ogłoszono wyniki przeprowadzonego przez TNS OBOP badania, które wyłoniło najbardziej polecane za granicą polskie produkty. Ankietowani wskazywali, które polskie produkty i marki Polacy uważają za powód do dumy, którymi moglibyśmy się chwalić i które z nich są faktycznie użytkowane.

Honorowy patronat nad 2. Forum Polskiego Produktu Kupuj Nasze.PL objęło Ministerstwo Gospodarki. Organizatorem jest Fundacja Dajesz Pracę.PL, zaś partnerem merytorycznym oraz współorganizatorem DEMO Effective Launching.

Major prizes and awards for Śnieżka in 2010:

2010 has brought Śnieżka recognition for the consistent implementation of its development strategy and for maintaining its leading position among the most dynamic and effective companies in Poland.

Śnieżka's Strong Image

Social projects by FFIL Śnieżka were awarded at the 6th edition of the Strong Image PR contest.

FFiL Śnieżka received two main awards. At the national level, the company was awarded for the execution of the Colourful Fields or the School Premier League project and in the Podkarpackie edition it was honoured for its overall achievements in the field of social activity.

The final of the Strong Image contest, held annually for six years, takes place during one of the largest events in the industry – the Public Relations Congress. The purpose of the contest is to promote activities that, except for their PR

standards, are of social significance. The winners are selected from companies notable for their activity in this field. Prizes are awarded by a committee comprised of first-class public relations specialists – practitioners, scientists and representatives of social organisations.

Śnieżka – Polish Flagship Product 2010

Śnieżka was among the prize-winners and, having obtained a very high indication rate (40%), it became the Polish Flagship Product 2010.

During the meeting, the results of a survey by TNS OBOP that determined the Polish products that are the most recommended abroad were announced. The respondents stated which Polish products and brands Poles are proud of, which ones we can show off and which of them are actually used.

The 2nd Polish Product Forum Buy Our Domestic Products was held under the patronage of the Ministry of Economy. The event was organised by the Dajesz Pracę.PL Foundation and the new partner and co-organiser was DEMO Effective Launching.

Śnieżka odporna na kryzys

Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. po raz kolejny znalazła się w zaszczytnym gronie największych firm Rzeczypospolitej. O 15 miejsc poprawiła swoją pozycję w rankingu Listy 500 dziennika.

Ranking Lista 500 przygotowuje co roku jeden z najbardziej respektowanych ogólnopolskich dzienników – „Rzeczpospolita”. Dziennikarze gazety opracowują go na podstawie przekazanych redakcji informacji prasowych, ankiet zawierających podstawowe dane finansowe, a także sprawozdań finansowych.

Śnieżka marką wysokiej reputacji

FFiL Śnieżka S.A. już po raz kolejny potwierdziła wysoką reputację. W badaniu marek PremiumBrand 2010 zajęła bardzo wysoką 6. pozycję wśród wszystkich nagrodzonych marek, a zdecydowanie najwyższą spośród marek w swojej branży.

PremiumBrand to jedyny w Polsce projekt certyfikujący reputację marek i firm. Pro-

wadzony jest od 2006 roku. Badania były realizowane na przełomie kwietnia i maja 2010 r. Metodologia przewidywała badanie marek w 5 wymiarach reputacji: referencje, atmosfera medialna, zaangażowanie społeczne oraz marka jako pracodawca.

Złoty Laur Konsumenta dla Śnieżki

FFiL Śnieżka S.A. zdobywa Złoty Laur Konsumenta 2010 i tytuł Odkrycie Roku dla marki Vidaron.

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

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

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

Śnieżka resistant to crisis

Once again, Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. was among Poland's largest businesses. It improved its position on the 500 List by 15 positions.

The 500 List is prepared annually by one of the most respected national daily newspapers –Rzeczpospolita. The journalists develop the ranking based on press releases submitted to their editorial office, on surveys including the basic financial data and on financial statements.

Śnieżka – a High Reputation Brand

FFiL Śnieżka S.A. has confirmed its high reputation once more. In a brand study PremiumBrand 2010, it ranked 6th among all of the awarded brands, which is the highest position among other brands in the industry.

PremiumBrand is the only project in Poland certifying the reputation of brands and companies and has been conducted since 2006. The most recent survey was carried out in late April and early May

2010. Its methodology allowed the surveying of brands in terms of 5 reputation-related dimensions: references, media climate, social commitment and the brand as an employer.

Złoty Laur Konsumenta for Śnieżka (Consumer's Golden Laurel)

FFiL Śnieżka S.A. was awarded the Consumer's Golden Laurel 2010 and the Discovery of the Year title for Vidaron brand.

In the sixth edition of the Consumer's Laurel programme, FFiL Śnieżka S.A. once again received the Consumer's Golden Laurel in the Paints category, defeated all competitors and enjoyed the highest appreciation among customers in the industry.

Moreover, this year's edition of the competition saw the VIDARON brand – which belongs to FFiL Śnieżka S.A. – winning the title Discovery of the Year 2010. The Discovery of the Year title is awarded to new products that have attracted positive attention of consumers.

Consumer Laurel is the largest consumer project in the country and is intended to award the most popular products and brands in a few hundred categories each year. Products that enjoy the highest degree of customer recognition are revealed by a nation-wide survey.

Śnieżka Spółką Wysokiej Reputacji

Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. została laureatem trzeciej edycji badania PremiumBrand dla spółek giełdowych.

Celem badania PremiumBrand Giełda jest wskazanie spółek, które cieszą się wysoką reputacją wśród krajowych inwestorów

instytucjonalnych. Tytuł Spółki Wysokiej Reputacji 2010 został przyznany w oparciu o badania przeprowadzone na grupie przedstawicieli instytucjonalnych. Oceniono emitentów, których akcje notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Metodologia, przygotowana przez dom badawczy MAISON, przewiduje badanie spółek w czterech wymiarach, ustalonych w sondażu założycielskim. Są to: orientacja na biznes, opinia o zarządzie, rzetelność w kontaktach biznesowych oraz wizerunek.



62 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Śnieżka – a High Reputation Company

Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka S.A. won the third edition of the PremiumBrand study for companies listed at the stock exchange.

The business environment for the third time acknowledged FFIL Śnieżka S.A.'s high reputation by awarding it the statuette and the PremiumBrand Stock Exchange 2010 certificate.

The aim of the PremiumBrand Stock Exchange research is to select companies that enjoy the best reputation among the domestic institutional investors. The title of the High Reputation Company 2010 was awarded based on surveys conducted in a group of institutional investors. The assessment covers those issuers whose stocks are listed at the Warsaw Stock Exchange.

The methods, prepared by the MAISON Research House, include examining companies in 4 dimensions, set in the establishment survey. These are: business orientation, opinions on the management, reliability in business relationships and the image.

Śnieżka Perłą Polskiej Gospodarki 2010

FFiL Śnieżka S.A. zdobyła wyróżnienie w kategorii „Perły Duże” w VIII edycji rankingu Perły Polskiej Gospodarki. Ranking powstaje dzięki anglojęzycznemu miesięcznikowi gospodarczemu „Polish Market”.

Firmy uznane za Perły Polskiej Gospodarki należą do najbardziej rentownych i wydajnych przedsiębiorstw, a ich kondycja finansowa jest poddawana ocenie ekspertów Instytutu Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk.

Śnieżka została nagrodzona za konsekwentną realizację polityki i strategii przedsiębiorstwa oraz pozycję lidera wśród najbardziej dynamicznych i najbardziej efektywnych przedsiębiorstw w Polsce.

Śnieżka – Pearl of the Polish Economy 2010

FFiL Śnieżka S.A. was awarded in the Large Pearls category in the 8th edition of the ranking Pearls of the Polish Economy. The ranking is an initiative of the English-language economic monthly, Polish Market.

Companies considered to be Pearls of the Polish Economy are the most profitable and best performing entities, while their financial standing is subject to expert assessment of the Institute of Economic Sciences (INE) of the Polish Academy of Sciences (PAN).

Śnieżka was awarded for the consistent implementation of its corporate policy and strategy and the leading position among the most dynamic and effective Polish enterprises.

Relacje inwestorskie

Spółka prowadzi stronę internetową w zakresie relacji inwestorskich pod adresem www.inwestor.sniezka.pl w języku polskim i angielskim, gdzie znajdują się wszelkie informacje korporacyjne, finansowe, raporty bieżące i okresowe oraz prezentacje.

Kontakt do sekcji relacji inwestorskich /
Contact for the investor relations section:

Anna Szymaszek
Tel. (0 14) 680 54 83
Tel. kom. (0) 507 143 094
Fax (0 14) 680 54 14
e-mail: anna.szymaszek@sniezka.com

Ryszard Stachnik
Tel. (0 14) 680-54-65
Tel. kom.(0) 507 143 189
Fax (0 14) 680 54 14
e-mail: ryszard.stachnik@sniezka.com

Investor relations

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.



64 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA



Przychody netto

W 2010 roku przychody netto ze sprzedaży wyniosły ogółem 531,7 mln zł, co oznacza wzrost o 5,5 mln zł w porównaniu z rokiem 2009.

Net sales revenues

In 2010, net sales revenues reached a total of PLN 531.7 million, which is an increase of 5.5 million compared to 2009

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu

FFiL Śnieżka S.A. odnosi sukcesy na polskim i zagranicznym rynku farb i lakierów. Wyznając zasadę, że żaden sukces nie cieszy, jeśli nie można się nim podzielić z innymi, Spółka stara się to robić w swojej codziennej działalności. A jaki może być piękniejszy sposób na dzielenie się swoim sukcesem, jeśli nie poprzez pomoc tym, którzy takiej pomocy potrzebują? Dlatego Śnieżka aktywnie włącza się w akcje charytatywne i podejmuje własne

działania społeczne. Poprzez pomoc finansową i rzeczową angażuje się w organizowanie różnego rodzaju przedsięwzięć sportowych, kulturalnych, oświatowych, wspiera kluby sportowe, organizacje i instytucje.

Spółka czuje się również odpowiedzialna za sukcesy swoich Klientów, Akcjonariuszy i Pracowników. Wie, że od ich powodzenia zależy skala osiągnięć Śnieżki. Głęboką troską otacza środowisko. Dokłada wszelkich starań, aby produkcja nawet w najmniejszym stopniu nie szkodziła pięknym terenom południowej Polski.

66 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA



Corporate Social Responsibility

FFiL Śnieżka S.A. is very successful on the paints and varnishes market, both domestically and abroad. We believe that no success can truly be enjoyed if it is not shared with others so we try to do this on everyday basis. And is there a better way to share one's success than helping those who need help? This is why Śnieżka actively supports charitable organisations and runs its own social operations. We

provide financial and material aid, sponsor various sports, cultural, and educational events and support sports clubs, organisations, and institutions.

At the same time, the Company feels committed to ensuring that our Customers, Stockholders and Employees are successful. We know that Śnieżka's achievements depend on their success. We also care for the environment. We do all we can to prevent our production from damaging the beautiful environment of southern Poland.

W 2005 roku FFiL Śnieżka SA założyła własną Fundację o nazwie "Twoja Szansa". W 2010 r. Fundacja Śnieżki „Twoja Szansa” przeznaczyła kwotę ponad 358 000 zł na działalność statutową, jaką jest promocja oświaty, edukacji, wychowania dzieci i młodzieży, a także ochrona zdrowia oraz działanie na rzecz osób przewlekle chorych i niepełnosprawnych.

Jednym z celów Fundacji jest szeroko zakrojona pomoc w dziedzinie oświaty i wychowania młodzieży. Polega ona na wspieraniu finansowo szkół, ośrodków kultury, klubów sportowych w ich działalności na rzecz szerzenia edukacji, kultury i sportu. W 2010 r. Fundacja przeznaczyła kwotę 76 000 zł. na pomoc szkołom, klubom sportowym oraz instytucjom dobroczynnym.

W 2010 r. Fundacja wspomogła kilkanaście szkół, zarówno podstawowych, gimnazjalnych, jak i średnich, a także przedszkoli. Przekazała pomoc finansową na organizację wycieczek i wyjazdów edukacyjnych, remonty budynków przeznaczonych do nauki, zakup pomocy dydaktycznych. Fundacja pomaga również klubom sportowym poprzez finansowanie obozów, zakup sprzętów do treningów, strojów sportowych oraz nagród dla uczestników zawodów. Fundacja wspiera również wszelkie inicjatywy służące propagowaniu kultury, dlatego też pomaga lokalnym stowarzyszeniom i ośrodkom kulturalnym w organizacji imprez, takich jak: przeglądy piosenek, konkursy poetyckie, turnieje taneczne, warsztaty muzyczne, plastyczne oraz literackie.

Program realizowany jest poprzez wypłacanie co miesiąc stypendiów naukowych oraz socjalno-naukowych. W 2010 roku Fundacja przeznaczyła na ten program 103 000 zł. Dzięki tym środkom finansowym pomogła 59 stypendystom, którzy przyznane im pieniądze inwestują we własny rozwój.

Szczególną inicjatywą Fundacji jest Program Pomocy Stypendialnej, którego zadaniem jest udzielanie pomocy finansowej uzdolnionej młodzieży, pochodzącej z niezamożnych rodzin.

In 2010, Śnieżka's Your Opportunity Foundation earmarked more than PLN 358,000 for its statutory activities, such as promoting education among children and youth, health care and initiatives for the benefit of those affected by chronic illnesses and disabled people.

One of the Foundation's goals is to provide overall aid in education and upbringing of youth. It involves providing financial support for schools, culture centres and sports clubs in the areas of education, culture and sport. In 2010, the Foundation earmarked PLN 76,000 for air to schools, sports clubs and charities.

In 2010, the Foundation supported a dozen schools, including primary, secondary, high schools, as well as preschools. It provided financial aid for organising trips and educational excursions, renovation of educational buildings and the purchase of didactic aids. The foundation also supports sports clubs by funding camps, purchase of training equipment, outfits and prizes for competition winners. In addition, the foundation supports all initiatives for promoting culture, and so it provides aid to local culture associations and centres in organising events, such as song shows, poetry and dancing contests as well as music, art and literature workshops.

The programme involves monthly scholarships and social grants. In 2010, the Foundation earmarked PLN 103,000 for this programme. With these funds, it supported 59 scholarship holders, who invest the money in their own development.

A special initiative of the Foundation is the Scholarship Programme, which is intended to aid talented, studious youth from families of limited means.

Również bardzo ważnym polem działania Fundacji jest ochrona zdrowia i pomoc osobom przewlekle chorym i niepełnosprawnym. Obecnie Fundacja troszczy się o los ok. 50 swoich 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 2010 r. przy pomocy Fundacji Śnieżki „Twoja Szansa” przeznaczono kwotę 164 000 zł. na pomoc chorym i potrzebującym. Dzięki temu wsparciu finansowemu podopieczni Fundacji mogą wykupić leki, uczestniczyć w zabiegach i turnusach rehabilitacyjnych, pokryć koszty zabiegów operacyjnych. Refundowane są również koszty dojazdu do szpitali oddalonych od miejsca zamieszkania, a także wydatki, związane z zakwaterowaniem i wyżywieniem rodziców, towarzyszących chorym dzieciom w specjalistycznych klinikach.

Fundacja Śnieżki „Twoja Szansa” może dotrzeć z pomocą do tak wielu potrzebujących dzięki wsparciu Fundatora, który w 2010 r. przekazał darowiznę w wysokości 240 000,00 zł, a także zapewnił warunki lokalowe oraz media dla potrzeb działalności Fundacji. Fundację wspierają również lokalne firmy oraz osoby fizyczne przekazując swój 1% podatku dochodowego.

W zbiórce 1% za 2009 r. Fundacji i jej podopiecznym udało się zebrać kwotę 211 000 zł., która w całości jest przeznaczona na cele statutowe. Tak spory wkład zarówno instytucji, jak i osób prywatnych w dzieło niesienia pomocy potrzebującym świadczy o ogromnym zaufaniu społecznym, jakim obdarzona jest Fundacja, a także o tym, że jej działania w zakresie pomocy są wyraźnie dostrzegalne i doceniane przez lokalną społeczność.

Kolejnym przejawem działania spółki w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu jest realizacja programów społecznych. W ramach jednego z nich o nazwie „Kolorowe boiska...czyli szkolna Pierwsza Liga” FFiL Śnieżka S.A. sponsoruje budowę wielofunkcyjnego profesjonalnego boiska sportowego najbiedniejszym

Another important field of the Foundation's activity is to protect health and aid the chronically ill and disabled people. At present, the Foundation cares for approx. 50 people. They include children and adults with tumours, patients paralysed as a result of accidents and children born with serious defects. In 2010, PLN 164,000 was earmarked to aid the sick and the needy. With this funding, the Foundation's beneficiaries afford to buy drugs, participate in rehabilitation therapies and programmes and cover the costs of operations. The refund also includes travel costs to the hospital and the costs of accommodation and food for parents who accompany their children in specialist clinics.

Śnieżka's Your Opportunity Foundation can reach so many people thanks to the 2010 donation of PLN 240,000.00 made by the Benefactor, who ensured the premises and the utilities for the Foundation's operation. The Foundation is also supported by local companies and natural persons by giving 1% of their income tax.

As part of the 1% income tax scheme, the Foundation and its beneficiaries managed to collect PLN 211,000, which will be earmarked for the Foundation's statutory objectives. This significant contribution by institutions and individuals in providing aid testifies to the great social trust enjoyed by the Foundation and to the fact that its aid initiatives are seen and appreciated by the local community.

Corporate social responsibility of the company also manifests itself in the various social initiatives we undertake. As part of one of them, "Colourful pitches... or school premier league", FFiL Śnieżka S.A. sponsors the construction of a professional multi-purpose sports field for the poorest schools in Poland. The initiative is intended to popularise sport through an art competition.

polskim szkołom. Celem programu jest popularyzowanie wśród uczniów, poprzez konkurs plastyczny – idei sportowych. W 2010 roku miała miejsce IV edycja programu, której zwycięzcą została Szkoła Podstawowa w Kaznowie.

Drugi projekt pod nazwą „Dziecięcy świat w kolorach” opiera się na pomysłe artystycznego malowania wnętrz, z wykorzystaniem motywów z różnych bajek, aby zminimalizować lęk i strach małych pacjentów związany z pobytem w szpitalu. Na ścianach malowanych placówek powstają barwne malunki przedstawiające bohaterów dziecięcych bajek: Kubuś Puchatek, Prosiaczek, Tygrysek, Nemo, Czerwony Kapturek, Mała Syrenka i inne. Często malowane obrazki powstają na specjalne życzenie dzieci przebywających w szpitalu oraz przy aktywnym ich współudziale.

In 2010, the 4th edition of the initiative took place and the winner was the Primary School in Kaznów.

Another project, called “Colourful world of children”, involves artistic interior design using motifs from various children’s stories in order to allay the fear connected with staying in hospital. Walls of hospitals are painted with colourful characters from tales for children: Winnie-the-Pooh, Piglet, Tigger, Nemo, Little Red Riding Hood, Little Mermaid and more. Colourful images are painted on special request by children, who also participate in creating them.

FFiL Śnieżka S.A. has also been supporting the Great Orchestra of Christmas Charity. This is very important to us because – as in our own social initiatives – the undertaking is all about helping those whose

Od kilku lat FFiL Śnieżka S.A. aktywnie wspiera także Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy. Ma ona dla firmy tym większe znaczenie, że – podobnie, jak w przypadku autorskich programów społecznych – poprzez udział w niej FFiL Śnieżka S.A. pomaga tym, którzy są jej sercom najbliżsi – chorym dzieciom. Dlatego Śnieżka kibicuje wszystkim zaangażowanym w rozwijanie tej akcji.



fate is of immense significance to FFiL Śnieżka S.A. – sick children. Śnieżka supports all who are involved in the development of this initiative.

Finanse

W 2010 roku skonsolidowana suma bilansowa Grupy Kapitałowej zwiększyła się o 53,8 mln zł, a w ujęciu procentowym o 17,2%. Aktywa trwałe wzrosły o 11,6 mln zł, co daje 7,3% wzrost w porównaniu do 2009 r. Grupa zanotowała wzrost o 49,3% wartości niematerialnych będący wynikiem realizacji planów inwestycyjnych w tym zakresie. Istotną zmianę widać w pozycji długoterminowych aktywów finansowych, które w badanym okresie zmniejszyły się o 1,7 mln zł, co w ujęciu procentowym daje zmniejszenie o 39,5%. Spadek spowodowany jest przekwalifikowaniem udzielonych pożyczek z długoterminowych na krótkoterminowe, co ma odzwierciedlenie

w pozycji pozostałe krótkoterminowe aktywa finansowe. Podobnie jak w latach poprzednich ponoszone są wysokie nakłady inwestycyjne – 27,6 mln zł, które niemal dwukrotnie przekraczają amortyzację w Grupie.

Aktywa obrotowe Grupy w badanym okresie zwiększyły się o 42,3 mln zł. Wynik ten jest efektem przede wszystkim istotnego wzrostu należności handlowych o 21,4 mln zł. Ponadto, wpływ na wzrost aktywów obrotowych miały: nadpłata podatku dochodowego w wysokości 2,4 mln zł, zwiększenie stanu środków pieniężnych o 9,6 mln zł oraz zwiększenie stanu pożyczek krótkoterminowych. Wzrost zapasów o 7,8 mln zł wynika ze zwiększania rozmiarów działalności oraz strategicznego zabezpieczenia dostaw surowców zarówno przez spółkę dominującą jak i spółki zależne.

Finanse



In the audited period, the consolidated balance sheet total of the capital group increased by PLN 53.8 million (17.2% in percentage terms). Fixed assets increased by PLN 11.6 million, which is a 7.3% increase over 2009. The Group recorded a 49.3% increase in intangible assets as a result of the execution of the respective investment plans. A substantial change can be seen in long-term financial assets, which – in the audited period – decreased by PLN 1.7 million, i.e. 39.5% in percentage terms. The decrease is due to reclassification of borrowings granted from long-term to short-term, which is reflected in other short-term financial assets. Similarly to the previous years,

high capital expenditures are made (PLN 27.6 million), which are nearly double the amount of amortisation /depreciation in the Group.

The Group's current assets in the audited period increased by PLN 42.3 million. This is mainly due to a substantial increase in trade receivables by PLN 21.4 million. In addition, the increase in current assets was effected by the surplus of income tax paid in the amount of PLN 2.4 million, increase in cash by PLN 9.6 million and increase in short-term borrowings. The PLN 7.8 million increase in inventory is a result of increase in the size of operations and strategic securing of raw material supplies by the parent company and its subsidiaries.

Wzrost kapitałów własnych o 12,4% jest wynikiem zwiększenia kapitału zapasowego oraz dobrego wyniku finansowego Grupy. Dodatkowo tempo zmian 24,8% widoczne jest również w zobowiązaniach, które zwiększyły swoją wartość o 30,1 mln zł, na co składa się wzrost zobowiązań długoterminowych o 6,9 mln zł a pozostała część – 23,1 mln zł to zwiększenie zobowiązań krótkoterminowych.

Poziom zadłużenia kredytowego w okresie sprawozdawczym wzrósł o 20,6 mln zł. W roku 2010 średni poziom zaangażowania kredytowego wzrósł głównie z powodu wzrostu aktywów obrotowych nie sfinansowanych wzrostem zobowią-

zań. Zabezpieczeniem umów kredytowych są na ogół hipoteki, środki trwałe, zapasy oraz cesje należności. W łącznym zadłużeniu spółki na dzień 31.12.2010 zawiera się kredyt walutowy w USD na kwotę 15,3 mln USD, który służy zabezpieczeniu kapitałów własnych spółek zależnych na Ukrainie i Białorusi.

Przychody netto ze sprzedaży ogółem w 2010 roku wyniosły 531,7 mln zł, co oznacza wzrost o 5,5 mln zł w porównaniu z rokiem poprzednim. Na przychody ze sprzedaży w największym stopniu składają się przychody ze sprzedaży produktów. Ich udział w strukturze przychodów osiągnął w 2010 roku poziom 81% i jest on zbliżony do poziomu z roku wcześniejszego. Dynamika sprzedaży produktów wyniosła 102%, co oznacza wzrost o 7,7 mln zł w porównaniu do 2009 roku. Pozostała część przychodów (19%) pochodzi ze sprzedaży towarów, materiałów oraz pozostałej sprzedaży.

Dynamika kosztów wytworzenia pozostaje na porównywalnym poziomie do roku 2009, co przy wyższej dynamice przychodów ze sprzedaży przełożyło się korzystnie na rentowność sprzedaży.



The 12.4% increase in equity is a result of an increase in supplementary capital and good financial performance of the Group. The 24.8% positive change dynamics is also visible in liabilities, which increased by PLN 30.1 million due to the PLN 6.9 million increase in long-term liabilities, while the remaining portion of PLN 23.1 million is the increase in short-term liabilities.

The loan debt level in the reporting period increased by PLN 20.6 million. In 2010, the average loan level increased mainly due to the growth of current assets not financed by increased liabilities. The security for loan agreements usually involves PP&E, inventory and assignments

of receivables. As at 31.12.2010, the company's total debt includes a foreign currency loan in USD to the amount of USD 15.3 million, which serves to secure the equities of subsidiaries in Ukraine and Belarus.

The total net sales revenue in 2010 amounted to PLN 531.7 million, which represents a PLN 5.5 million increase in comparison to the previous year. The sales revenue primarily includes revenue from the sale of products. Their share in the income structure in 2010 was 81%, which is comparable to that of the previous year. The product sales dynamics was 102%, which is a PLN 7.7 million increase compared to 2009. The remaining share of income (19%) comes from the sale of goods and materials as well as from other sales.

Manufacturing cost dynamics remain at a level comparable to 2009, which – combined with higher sales income dynamics – positively affected the sales margin.

Wynik na działalności operacyjnej

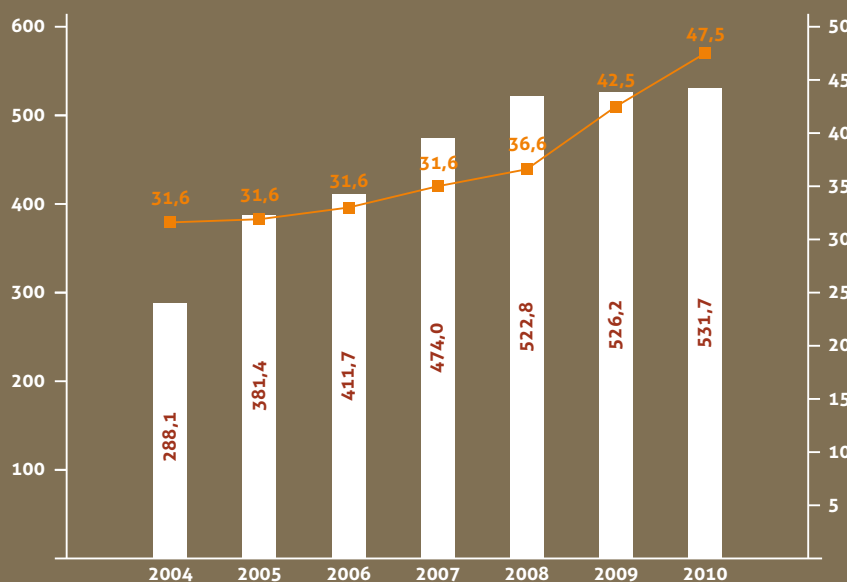
Zysk operacyjny w 2010 roku ukształtował się na poziomie 62,2 mln zł, w porównaniu z 61,5 mln zł w roku 2009. Mimo wzrostu o 7,7% kosztów ogólnego zarządu Grupa utrzymała rentowność operacyjną na poziomie z roku 2009 dzięki większym o 11,1% pozostałym przychodom operacyjnym.

Wynik na działalności finansowej

Saldo na operacjach finansowych w 2010 roku było ujemne i zmniejszyło wynik operacyjny o 4 mln zł, rok wcześniej saldo to było również ujemne i wynosiło 7,2 mln zł. Przychody finansowe w ujęciu wartościowym wzrosły nieznacznie o 0,3 mln zł, a koszty finansowe w 2010 roku zmniejszyły się w porównaniu do 2009 roku o 2,9 mln zł. Saldo różnic kursowych było ujemne i wyniosło 1,6 mln zł, gdy rok wcześniej było również ujemne i wynosiło 4,1 mln zł.

Porównanie kształtowania się sprzedaży ogółem i zysku netto w latach 2004-2010 /
Comparison of overall sales and net profit trends between 2004 and 2010

Sprzedaż ogółem i zysk netto w mln PLN w latach 2004-2010 /
Total sales and net profit in millions of PLN from 2004 to 2010



Operating profit/loss

In 2010, the operating profit amounted to PLN 62.2 million, in comparison to PLN 61.5 million in 2009. In spite of the 7.7% increase in general administrative expenses, the Group managed to maintain its operating profitability at the 2009 level thanks to the 11.1% increase in other operating revenue.

Result on financial activities

The 2010 balance of financial operations was negative and it decreased the operating result by PLN 4 million. In the previous year, the balance was also negative and it amounted to PLN 7.2 million. Financial revenues in value terms grew slightly by PLN 0.3 million, while financial costs in 2010 decreased over 2009 by PLN 2.9 million. The balance of FX differences was negative and amounted to PLN 1.6 million; a year earlier it was also negative and amounted to PLN 4.1 million.

Zysk netto

Grupa zrealizowała wyższy o 5,1 mln zł zysk netto, co daje dynamikę 111,9% w porównaniu z rokiem 2009. Wzrost wyniku możliwy był dzięki niższym kosztom wytworzenia, obniżeniu kosztów finansowych oraz nadpłacie podatku dochodowego. Rentowność netto wynosi 8,9% i jest wyższa o 0,8 punktu procentowego w porównaniu do poprzedniego okresu.

W 2011 Grupa zamierza kontynuować pozytywny trend w przychodach ze sprzedaży jak i zysku netto, co przedstawia wykres poniżej, a także utrzymać wszystkie korzystne tendencje zarysowane w sprawozdaniu z pełnego dochodu.

Grupa osiąga dodatnie przepływy pieniężne z działalności operacyjnej oraz ujemne przepływy z działalności inwestycyjnej oraz finansowej. Ujemne przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej spowodowane są wydatkami na rzeczowe aktywa trwałe. Z kolei ujemne przepływy z działalności finansowej są wynikiem spłaty kredytów i pożyczek, umorzeniem akcji własnych oraz wypłatą dywidendy.

Skrócony rachunek przepływów środków pieniężnych (w tys. zł) /
Abbreviated cash flow statement (in thousands of PLN)

Wyszczególnienie Item	2010	2009
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej / Net operating cash flow	40 452	72 397
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej / Net investment cash flow	- 25 734	- 23 320
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej / Net financial cash flow	- 5 153	- 53 776
Przepływy pieniężne netto razem / Total net cash flow	9 565	- 4 699
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu / Cash and cash equivalents at the beginning of the period	6 372	10 505
Korekty z tytułu różnic kursowych / Adjustments on foreign exchange differences	-15	566
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec roku / Cash and cash equivalents at the end of the period	15 922	6 372

Net profit

The Group generated net profit higher by PLN 5.1 million, which represents 111.9% dynamics compared to 2009. The increase in the result was possible thanks to lower manufacturing costs, reduction of financial costs and surplus income tax. Net profitability amounted to 8.9%, which is 0.8 percentage point higher compared to the previous period.

In 2011, the Group plans to continue the positive sales revenue and net profit trend, which is presented by the diagram below, and to maintain all positive trends visible in the statement of comprehensive income.

The Group generates positive operating cash flows and negative investment and financial cashflows. Negative investment cash flows are caused by PP&E expenditures. In turn, negative financial cash flows are due to the repayment of loans and borrowings, redemption of equity stocks and payment of dividend.

MOLDOVA



74 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Mołdawia

Wyroby Grupy Śnieżka cieszą się coraz większą popularnością na rynku mołdawskim. Dynamika sprzedaży naszych produktów osiągnęła tam w 2010 roku poziom **115,93%**

Moldova

Products of Śnieżka group are becoming more popular on the Moldovan market. The dynamics of sales of our products there has reached the level of **115.93%** in 2010.



Opinia niezależnego biegłego rewidenta

Dla Zgromadzenia Akcjonariuszy, Rady Nadzorczej i Zarządu Fabryki Farb i Lakierów „ŚNIEŻKA” Spółka Akcyjna

I. Przeprowadziliśmy badanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego grupy kapitałowej, w której jednostką dominującą jest Fabryka Farb i Lakierów „ŚNIEŻKA” S.A. z siedzibą w Lubzinie 34 A, na które składa się:

- wprowadzenie do skonsolidowanego sprawozdania finansowego;
- skonsolidowane sprawozdanie z pozycji finansowej sporządzone na dzień 31 grudnia 2010 roku, które po stronie aktywów i pasywów zamyka się sumą 366.762 tysięcy złotych;
- skonsolidowane sprawozdanie z pełnego dochodu za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2010 roku wykazujące pełny dochód w wysokości 47.911 tysięcy złotych i zysk netto w wysokości 47.516 tysięcy złotych;
- skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych za rok obrotowy od 1 stycznia 2010 do 31 grudnia 2010 roku wykazujący wzrost stanu środków pieniężnych o kwotę 9.565 tysięcy złotych;
- sprawozdanie ze zmian w skonsolidowanym kapitale własnym wykazujące zwiększenie kapitału własnego w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2010 roku o kwotę 23.681 tysięcy złotych;
- dodatkowe informacje i objaśnienia.



76 Fabryka Farb i Lakierów Śnieżka SA

Opinion of an independent statutory auditor

For the Shareholders Meeting, Supervisory Board and Management of the ŚNIEŻKA Paint and Varnish Factory

I. We have conducted an examination of the attached consolidated financial report for the capital group whose parent company is ŚNIEŻKA Paint and Varnish Factory S.A. based in Lubzin 34A, consisting of:

- introduction to consolidated financial report,
- consolidated statement of the financial standing drawn up as of 31st December 2010, which on the assets and liabilities side shows an amount of 366,762,000 PLN;
- statement of total income for the period from 1 January to 31 December 2010 showing total income of 47,911,000 zlotys and net profit of 47,516,000 zlotys;
- consolidated cash flow statement for the turnover year from January 1st 2010 to December 31st 2010 indicating an increase in cash resources of 9,565,000 zlotys;
- statement of changes in consolidated equity capital indicating an increase in equity in the period from 1 January to 31 December 2010 of 23,681,000 zlotys;
- additional explanatory information.

Za sporządzenie zgodnego z obowiązującymi przepisami skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz sprawozdania z działalności grupy kapitałowej odpowiedzialny jest kierownik jednostki dominującej.

Kierownik jednostki oraz członkowie rady nadzorczej lub innego organu nadzorującego jednostki dominującej są zobowiązani do zapewnienia, aby skonsolidowane sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności grupy kapitałowej spełniały wymagania przewidziane w ustawie z dnia 29 września 1994r o rachunkowości (Dz.U. z 2009 r Nr 152, poz. 1223; z późniejszymi zmianami), zwanej dalej „ustawą o rachunkowości”.

The parent company's manager is responsible for preparing the financial report and report on the Capital Group's activity in line with the applicable legislation.

The manager of the entity or members of the supervisory board or other body supervising the parent company are obliged to ensure that the financial statement and the report on the capital group's activities meet the requirements of the Accountancy Act of 29 September 1994 (Journal of Laws 2009 no. 152, item 1223; as amended), henceforth referred to as the Accountancy Act.

Naszym zadaniem było zbadanie i wyrażenie opinii o zgodności z wymagającymi zastosowania zasadami (polityką) rachunkowości grupy kapitałowej tego skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz czy rzetelnie i jasno przedstawia ono, we wszystkich istotnych aspektach, sytuację majątkową i finansową, jak też wynik finansowy grupy kapitałowej.



Our task was to review and express an opinion on this financial statement's consistency with the capital group's accounting policy, and whether it clearly and reliably presents, in all its essential aspects, the entity's material and financial situation as well as the capital group's financial result.

II. Badanie sprawozdania finansowego przeprowadziliśmy stosownie do postanowień:

- 1) rozdziału 7 ustawy o rachunkowości;
- 2) krajowych standardów rewizji finansowej, wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów w Polsce.

Badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego zaplanowaliśmy i przeprowadziliśmy w taki sposób, aby uzyskać

racjonalną pewność, pozwalającą na wyrażenie opinii o sprawozdaniu. W szczególności badanie obejmowało sprawdzenie poprawności zastosowanych przez jednostkę dominującą oraz jednostki zależne zasad (polityki) rachunkowości, sprawdzenie – w przeważającej mierze w sposób wrywkowy – podstaw, z których wynikają liczby i informacje zawarte w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, jak i całościową ocenę skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Uważamy, że badanie dostarczyło wystarczającej podstawy do wyrażenia miarodajnej opinii.



II. The examination of the report was conducted according to the provisions of:

- 1) section 7 of the Accountancy Act,
- 2) the national financial reviewing standards issued by the National Council of Statutory Auditors in Poland,

The examination of the consolidated financial report was planned and performed in such a manner that would enable the obtaining of a rational

certainty, permitting the expression of an opinion on the report. In particular the examination involved checking the propriety of the accounting policy applied and checking – mostly randomly – the bases of the figures and information contained in the consolidated financial statement, and also an overall evaluation of the consolidated financial statement.

We consider that the examination provided a sufficient basis for the expression of an authoritative opinion.

III. In our opinion, the consolidated financial report examined, including the numerical information and verbal clarifications:

- a) presents reliably and clearly all information relevant to the evaluation of the asset and financial situation of the Capital Group for the day of the 31 December 2010, as also its financial result for the financial year from 1 January 2010 to 31 December 2010,
- b) was drawn up according to the International Accounting Standards (IAS), International Financial Reporting Standards (IFRS) and the associated

interpretations announced in the form of ordinances of the European Commission, and in the extent not regulated by these Standards - conforms to the requirements of the Accounting Act and the executive regulations issued on its basis;

- c) is in accord with the legal regulations and Company Statute affecting the content of the consolidated financial report.

IV. The report on the Capital Group's activities is complete in the meaning of article 49, section 2 of the Accounting Act and the information contained therein arising from the examined financial report is consistent with it.

Działający w imieniu ReVision Rzeszów
Józef Król Sp. z o.o. w Rzeszowie:

Elżbieta Pudło

Biegły Rewident Grupy
Kluczowy Biegły Rewident
Wpisany do Rejestru Biegłych Rewidentów
pod numerem 9950

Spółka wpisana na listę podmiotów
uprawnionych do badania sprawozdań
finansowych pod numerem 3510

On behalf of ReVision Rzeszów
Józef Król Sp. z o.o. in Rzeszów:

Elżbieta Pudło

The Group's Chartered Auditor
Key Chartered Auditor
Entered on the Register of Chartered Auditors
as number 9950

The company is entered on the list of entities
authorised to audit financial statements under
the number 3510

III. In our opinion, the consolidated financial report examined, including the numerical information and verbal clarifications:

- a) presents reliably and clearly all information relevant to the evaluation of the asset and financial situation of the Capital Group for the day of the 31 December 2010, as also its financial result for the financial year from 1 January 2010 to 31 December 2010,
- b) was drawn up according to the International Accounting Standards (IAS), International Financial Reporting Standards (IFRS) and the

associated interpretations announced in the form of ordinances of the European Commission, and in the extent not regulated by these Standards - conforms to the requirements of the Accounting Act and the executive regulations issued on its basis;

- c) is in accord with the legal regulations and Company Statute affecting the content of the consolidated financial report.

IV. The report on the Capital Group's activities is complete in the meaning of article 49, section 2 of the Accounting Act and the information contained therein arising from the examined financial report is consistent with it.

Sytuacja finansowa

W 2010 roku Grupa nie miała problemów z bieżącym regulowaniem swoich zobowiązań. Analiza płynności finansowej na

koniec okresu pozwala stwierdzić, że Grupa znajduje się w dobrej kondycji finansowej. Potwierdzają to wskaźniki płynności finansowej, które przyjmują bezpieczne wartości. Cykl należności wzrósł nieznacznie o 0,7 dnia, a cykl spłaty zobowiązań o 2,1 dnia. Świadczy to o tym, iż Grupa w większym stopniu korzysta z kredytu kupieckiego, a w mniejszym stopniu go udziela.

Wskaźniki płynności finansowej /
Financial liquidity ratios

	Treść Content	2010	2009
Wskaźnik płynności I / Current liquidity ratio	$\frac{\text{aktywa obrotowe/} \\ \text{current assets}}{\text{zobowiąz. krótkoterm/} \\ \text{short-term liabilities}}$	1,4	1,3
Wskaźnik płynności II / Quick liquidity ratio	$\frac{\text{aktywa obrotowe-zapasy/} \\ \text{current assets - inventories}}{\text{zobowiąz. krótkoterm/} \\ \text{short-term liabilities}}$	0,9	0,8
Cykl należności w dniach obrotu* / Debtor days*	$\frac{\text{średni stan należności} * 365/ \\ \text{average balance of receivables} * 365}{\text{przychody ze sprzedaży/} \\ \text{sales revenue}}$	80,5	79,8
Cykl zapasów w dniach obrotu* / Inventory days*	$\frac{\text{średni stan zapasów} * 365/ \\ \text{average balance of inventory} * 365}{\text{koszt własny sprzedaży/} \\ \text{own cost of sale}}$	68,9	68,4
Cykl zobowiązań w dniach obrotu* / Creditor days*	$\frac{\text{średni stan zobowiązań} * 365/ \\ \text{average balance of liabilities} * 365}{\text{koszt własny sprzedaży/} \\ \text{own cost of sale}}$	56,1	54,0

*wskaźniki obliczono w oparciu o wartości średnie należności, zapasów i zobowiązań z 5 okresów (BO+4 kwartały analizowanego roku)

Financial situation

In 2010, the Group had no problems with regular repayment of its debt. The liquidity analysis at the end of the period shows that the Group's financial position

is sound. This is confirmed by liquidity ratios remaining within the safe range. Debtor days increased slightly by 0.7 days, while creditor days by 2.1 days. This is proof that the Group is using trade loans to a greater extent while granting them less frequently.

Wskaźniki zadłużenia znajdują się na bezpiecznym, porównywalnym do roku poprzedniego poziomie. Korzystny wpływ na kształt mierników miał wzrost w analizowanym okresie zysku netto

o 5,1 mln zł. Majątek Grupy pokryty jest 126% przez kapitały własne, a wskaźnik pokrycia odsetek zyskiem wzrósł o 3 punkty w porównaniu do roku 2009.

Wskaźniki zadłużenia /
Financial liquidity ratios

	Treść Content	2010	2009
Zadłużenie ogólne/ Overall debt	$\frac{\text{zobowiązania/liabilities}}{\text{suma aktywów/total assets}}$	41%	39%
Wsk. sfinansowania majątku/ Equity to assets ratio	$\frac{\text{kapitał własny + rezerwy/equity + provisions}}{\text{suma aktywów/total assets}}$	58%	61%
Wsk. pokrycia odsetek zyskiem / Profit to interest ratio	$\frac{\text{kapitał własny + rezerwy/gross result + interest}}{\text{odsetki/sales revenue}}$	18.3	15.3
Pokrycie aktywów trwałych kapitałem własnym/ Equity to fixed assets ratio	$\frac{\text{średni stan zapasów * 365/average balance of inventory * 365}}{\text{aktywa trwałe/own cost of sale}}$	126%	120%
„Złota” reguła bilansowa / Balance sheet rule of thumb	$\frac{\text{kapitał własny/average balance of liabilities * 365}}{\text{aktywa trwałe/own cost of sale}}$	122%	116%

Debt ratios are at safe levels comparable to the previous year. The indicators were positively affected by a PLN 5.1 million increase in net profit in the analysed period. Group equity to assets ratio is

126%, while the profit to interest ratio increased by 3 points in comparison to 2009.

Wskaźniki rentowności majątku/
Assets profitability ratios

	Treść Content	2010	2009
Produktywność majątku / Current liquidity ratio	$\frac{\text{przychody ze sprzedaży /sales revenue}}{\text{suma aktywów /total assets}}$	1,4	1,7
Produktywność majątku obrotowego / Quick liquidity ratio	$\frac{\text{przychody ze sprzedaży /sales revenue}}{\text{aktywa obrotowe /current assets}}$	2,7	3,4
Rentowność kapitału własnego (ROE) / Debtor days*	$\frac{\text{zysk netto /net profit}}{\text{średni stan kapitału własnego /average equity balance}}$	27,4%	26,1%
Rentowność majątku obrotowego / Inventory days*	$\frac{\text{zysk netto /net profit}}{\text{średni stan aktywów obrotowych /average balance of current assets}}$	24,1%	22,1%
Rentowność aktywów (ROA) / Creditor days*	$\frac{\text{zysk netto /net profit}}{\text{średni stan aktywów /average balance of assets}}$	13,5%	12,5%

Spadek produktywności aktywów oraz kapitału obrotowego spowodowany jest istotnym wzrostem aktywów (53,8 mln zł) przy wolniejszym wzroście przychodów ze sprzedaży (5,5 mln zł) w porównaniu do roku poprzedniego. W kolejnych okresach inwestycje w aktywa powinny dać

wymierne korzyści, co spowoduje odwrócenie powyższej relacji. Korzystne ukształtowanie wskaźników rentowności spowodowane jest wzrostem zysku netto.

Wyższa wartość księgowa oraz wynik finansowy na akcję jest wynikiem wzrostu zysku netto w porównaniu do roku 2009.

Wskaźniki zadłużenia/
Financial liquidity ratios

	Treść Content	2010	2009
Wartość księgowa na 1 akcję/ Book value per stock	$\frac{\text{kapitał własny/ equity}}{\text{liczba akcji/ number of stocks}}$	15,9	14,1
Wynik finansowy na 1 akcję/ Financial result per stock	$\frac{\text{zysk netto/ net profit}}{\text{liczba akcji/ number of stocks}}$	3,51	3,1

The decrease in the productivity of assets and working capital is due to a substantial increase in assets (PLN 53.8 million) with a slower growth in sales revenue (PLN 5.5 million) compared to a year earlier. Investments in assets in the following periods should bring measurable

benefits, which will reverse this trend. Favourable profitability ratios are due to increase in net profit.

The higher book value and the financial result per stock are due to an increase in net profit compared to 2009.

Skonsolidowane sprawozdanie z pełnego dochodu za okres 01-01-2010 do 31-12-2010

Wariant kalkulacyjny Classification of expenses by function	za okres / for the period	
	01/01/2010 31/12/2010	01/01/2009 31/12/2009
Działalność kontynuowana Continued operations		
Przychody ze sprzedaży Sales income	531,699	526,224
Przychody ze sprzedaży produktów Sales of products	430,537	422,877
Przychody ze sprzedaży towarów Sales of goods	96,070	98,101
Przychody ze sprzedaży materiałów Sales of materials	5,092	5,246
Koszt własny sprzedaży (koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów) Cost of sales (cost of products, goods and materials sold)	351,976	351,956
Koszt wytworzenia sprzedanych produktów Cost of products sold	279,023	276,034
Wartość sprzedanych towarów Value of goods sold	68,210	71,321
Wartość sprzedanych materiałów Value of materials sold	4,743	4,601
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży Gross profit (loss) on sales	179,723	174,268
Koszty sprzedaży Selling costs	66,310	65,558
Koszty ogólnego zarządu General administrative expenses	50,586	46,956
Pozostałe przychody operacyjne Other operating income	5,210	4,688
Pozostałe koszty operacyjne Other operating costs	5,811	4,935
Zysk (strata) na działalności operacyjnej Profit (loss) on operating activities	62,226	61,507
Przychody finansowe Financial income	1,004	668
Koszty finansowe Financial costs	4,958	7,876
Udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenianych metodą praw własności Share in net profit (loss) of subordinates that are accounted for using the equity method	397	381
Zysk (strata) przed opodatkowaniem Profit (loss) before tax	58,669	54,680

Consolidated Statement of Comprehensive Income
for the period between 01-01-2010 and 31-12-2010

Wariant kalkulacyjny
Classification of expenses by function

za okres / for the period
01/01/2010 01/01/2009
- -
31/12/2010 31/12/2009

Podatek dochodowy Income tax	11,153	12,232
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej Net profit (loss) on continued operations	47,516	42,448
Działalność zaniechana Discontinued operations	-	-
Strata netto z działalności zaniechanej Net loss on discontinued operations	-	-
Zysk (strata) netto Net profit (loss)	47,516	42,448
Inne składniki pełnego dochodu Other components of comprehensive income		
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zagranicznych Foreign exchange differences on translation of foreign undertakings	395	(1,482)
Inne składniki pełnego dochodu (netto) Other components of comprehensive income (net)	395	(1,482)
Pełny dochód za okres Comprehensive income for the period	47,911	40,966
Zysk (strata) netto, z tego przypadający: Net profit (loss), of which for:	47,516	42,448
- akcjonariuszom podmiotu dominującego - shareholders of the parent	45,541	40,734
- udziałom niekontrolującym - non-controlling interest	1,975	1,714
Pełny przychód przypadający: Comprehensive income for:	47,911	40,966
- akcjonariuszom podmiotu dominującego - shareholders of the parent	46,225	38,933
- udziałom niekontrolującym - non-controlling interest	1,686	2,033
Zysk (strata) netto na jedną akcję zwykłą: Net earnings per share:		
z działalności kontynuowanej on continued operations		
- podstawowy - basic	3,36	3,01
- rozwodniony - diluted	3,36	2,97
z działalności kontynuowanej i zaniechanej on continued and discontinued operations		
- podstawowy - basic		
- rozwodniony - diluted		

Skonsolidowane sprawozdanie z pozycji finansowej na dzień 31-12-2010

Aktywa	na dzień / as at 31.12.20010	na dzień / as at 31.12.2009
AKTYWA TRWAŁE NON-CURRENT ASSETS	169.289	157.739
Wartości niematerialne Intangible assets	1.894	1.269
Wartość firmy jednostek podporządkowanych Goodwill of subordinates	67	67
Rzeczowe aktywa trwałe Property, plant and equipment	145.804	150.035
Nieruchomości inwestycyjne Investment property	16.460	16.990
Długoterminowe aktywa finansowe : Long-term financial assets:	2.551	4.219
- inwestycje w jednostkach stowarzyszonych wyceniane metodą praw własności - investments in associates that are accounted for using the equity method	1.503	1.751
- inwestycje w jednostkach zależnych i współzależnych nieobjętych konsolidacją - investments in non-consolidated subsidiaries and jointly-controlled entities	5	-
- pozostałe inwestycje - other investments	1.043	2.468
Należności długoterminowe Long-term receivables	-	-
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego Deferred income tax assets	2.513	2.149
AKTYWA OBROTOWE CURRENT ASSETS	197.473	155.170
Zapasy Inventories	72.240	64.391
Należności z tytułu dostaw i usług Trade receivables	101.581	80.170
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego Receivables against the current part of income tax	2.513	70
Pozostałe należności krótkoterminowe Other short-term receivables	3.516	3.590
Pozostałe krótkoterminowe aktywa finansowe Other short-term financial assets	1.701	577
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Cash and cash equivalents	15.922	6.372
Aktywa trwałe zaklasyfikowane jako przeznaczone do sprzedaży Non-current assets classified as held for sale	-	73
AKTYWA RAZEM TOTAL ASSETS	366.762	312.982

Pasywa

na dzień /
as at
31.12.2010

na dzień /
as at
31.12.2009

KAPITAŁ WŁASNY EQUITY	215.212	191.531
Kapitał własny przypadający akcjonariuszom/udziałowcom jednostki dominującej Equity attributable to stockholders/shareholders of the parent	206.192	183.368
Kapitał zakładowy Share capital	13.551	13.554
Kapitał zapasowy Legal reserve and share premium	150.826	135.763
Kapitał z aktualizacji wyceny Revaluation reserve	37	37
Akcje/udziały własne Own shares/stocks	-	(89)
Kapitały rezerwowe Reserve capitals	-	-
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek podporządkowanych Foreign exchange differences on translation of subordinates	(10.729)	(11.124)
Niepodzielony wynik finansowy Retained earnings	52.507	45.227
Kapitały mniejszości Minority interest	9.020	8.163
ZOBOWIĄZANIA LIABILITIES	151.550	121.451
Zobowiązania długoterminowe Long-term liabilities	13.047	6.110
Długoterminowe kredyty i pożyczki Long-term loans and borrowings	6.500	-
Pozostałe długoterminowe zobowiązania finansowe Other long-term financial liabilities	61	82
Pozostałe zobowiązania długoterminowe Other long-term liabilities	-	-
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego Deferred income tax reserve	5.599	5.347
Rezerwy na zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych Provisions for liabilities relative to employee benefits	887	681
Pozostałe rezerwy długoterminowe Other long-term reserves	-	-
Zobowiązania krótkoterminowe Short-term liabilities	138.503	115.341
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki Short-term loans and borrowings	86.008	71.911
Pozostałe krótkoterminowe zobowiązania finansowe Other short-term financial liabilities	106	200
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług Trade liabilities	46.454	36.500
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego Liabilities against the current part of income tax	-	1.378
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe Other short-term liabilities	5.379	4.804
Rezerwy krótkoterminowe Short-term reserves	272	245
Rozliczenia międzyokresowe bierne Accruals	284	303
Zobowiązania związane z aktywami trwałymi zaklasyfikowanymi jako przeznaczone do sprzedaży Liabilities related to non-current assets classified as held for sale	-	-
ZOBOWIĄZANIA RAZEM TOTAL LIABILITIES	366.762	312.982

Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych za rok 2010

	2010	2009
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej Cash flows from operating activities		
Zysk przed opodatkowaniem Profit before tax	58.669	54.680
Korekty: Adjustments:	11.216	7.841
Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych Depreciation/amortisation of fixed and intangible assets		
Amortyzacja wartości niematerialnych Amortisation of intangible assets	15.107	13.642
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych Write-downs on property, plant and equipment	-	-
(Zysk) strata na sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych (Profit) loss on sales of property, plant and equipment	(14)	(244)
(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 property at fair value	-	-
(Zyski) straty z tytułu zmiany wartości godziwej aktywów finansowych wykazywanych wg wart. godziwej (Profit) loss on changes in the fair value of financial assets disclosed at fair value	(41)	159
Różnice kursowe Foreign exchange differences	(2.508)	(4.348)
Odsetki niezapłacone Unpaid interest	(15)	(23)
Udział w (zyskach) stratach jednostek stowarzyszonych Share in (profit) loss of associates	(397)	(381)
Odpis ujemnej wartości firmy Write-down on negative goodwill	-	-
Otrzymane odsetki Interest received	(916)	(979)
Naliczona dywidenda Calculated dividend	-	-
Pozostałe korekty Other adjustments	-	15
Środki pieniężne z działalności operacyjnej przed uwzględnieniem zmian w kapitale obrotowym Cash from operating activities before changes in working capital	69.885	62.521
Zmiana stanu zapasów Movements in inventories	(7.571)	(140)
Zmiana stanu należności Movements in receivables	(46.477)	27.662
Zmiana stanu zobowiązań Movements in liabilities	35.419	(8.481)
Zmiana stanu rezerw Movements in reserves	290	(173)
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych Movements in prepayments and accruals	218	1.759
Środki pieniężne wygenerowane w toku działalności operacyjnej Cash generated by operating activities	51.764	83.148
Zapłacone odsetki Interest paid	3.968	4.334
Zapłacony podatek dochodowy Income tax paid	(15.280)	(15.085)
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej Net cash from operating activities	40.452	72.397
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej Cash flows from investing activities	-	-
Wydatki na nabycie wartości niematerialnych Expenses related to acquisition of intangible assets	(1.519)	(484)
Wpływy ze sprzedaży wartości niematerialnych Inflows from sales of intangible assets	-	-
Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych Expenses related to acquisition of property, plant and equipment	(26.069)	(28.454)

	2010	2009
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych Inflows from sales of property, plant and equipment	470	2.709
Wydatki na nabycie nieruchomości inwestycyjnych Expenses related to acquisition of investment property	-	-
Wpływy ze sprzedaży nieruchomości inwestycyjnych Inflows from sales of investment property	-	800
Wydatki na nabycie aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży Expenses related to acquisition of financial assets available for sale	-	-
Wpływy ze sprzedaży aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży Inflows from sales of financial assets available for sale	-	-
Wydatki na nabycie aktywów finansowych przeznaczonych do obrotu (pożyczki) Expenses related to acquisition of financial assets held for trading (borrowings)	(10)	-
Wpływy ze sprzedaży aktywów finansowych przeznaczonych do obrotu (pożyczki) Inflows from sales of financial assets held for trading (borrowings)	492	-
Wydatki na nabycie jednostek zależnych (pomniejszone o przejęte środki pieniężne) Expenses related to acquisition of subsidiaries (less the acquired cash)	(467)	(142)
Wpływy ze sprzedaży jednostek zależnych Inflows from sales of subsidiaries	584	1.250
Wpływy z otrzymanych dotacji rządowych Inflows from government subsidies received	-	-
Pożyczki udzielone - długoterminowe Long-term borrowings granted	(70)	-
Otrzymane spłaty pożyczek udzielonych Received repayments under borrowings granted	-	-
Otrzymane odsetki Interest received	855	1.001
Otrzymane dywidendy Dividends received	-	-
Środki pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej Net cash used in investing activities	(25.734)	(23.320)
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej Cash flows from financing activities	-	-
Wpływy netto z tytułu emisji akcji Net inflows from issue of shares	-	-
Nabycie akcji własnych Purchase of own shares	(89)	(4.022)
Wpływy z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych Inflows from issue of debt securities	-	-
Wykup dłużnych papierów wartościowych Redemption of debt securities	-	-
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytów i pożyczek Inflows from loans and borrowings taken out	31.760	11.364
Spłaty kredytów i pożyczek Repayment of loans and borrowings	(9.460)	(37.235)
Spłata zobowiązań z tytułu leasingu finansowego Repayment of liabilities under finance lease	(228)	(261)
Inne wpływy - różnice kursowe Other inflows - foreign exchange differences	-	-
Odsetki Interest	(3.913)	(4.218)
Inne wydatki - różnice kursowe Other expenses - foreign exchange differences	-	-
Dywidendy wypłacone Dividends paid	(23.223)	(19.404)
Środki pieniężne netto z działalności finansowej Net cash from financing activities	(5.153)	(53.776)
Zwiększenie (zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	9.565	(4.699)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu Cash and cash equivalents at the beginning of the period	6.372	10.505
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów z tytułu różnic kursowych Movements in cash and cash equivalents relative to foreign exchange differences	27	644
Różnice kursowe Foreign exchange differences	(42)	(78)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu Cash and cash equivalents at the end of the period	15.922	6.372

▪ FFil Śnieżka S.A.
39-102 Lubzina 34a

▪ Dział Handlowy
39-207 Brzeźnica 18

▪ tel. +48 14 681 11 11
fax +48 14 682 22 22

▪ www.sniezka.pl
www.przemaluj.pl