



*Fabryka Farb i Lakierów*  
**ŚNIEŻKA SA**

**2005**

**raport roczny**  
annual report



- 4 Rada Nadzorcza i Zarząd / Supervisory Board and Management Board
- 5 Podstawowe dane Grupy Kapitałowej Śnieżka / Fundamental data of Śnieżka Capital Group
- 6 List Prezesa Zarządu / Letter of the President of the Management Board
- 9 Krótka historia Firmy / Short history of the company
- 10 Spółki należące do Grupy Kapitałowej oraz powiązane  
/ Companies of the Group and affiliated companies
- 12 Strategiczne cele Grupy Kapitałowej / Strategic objectives of the Group
- 13 Sytuacja gospodarcza w kraju i branży / Business situation in the country and industry
- 14 Rynek farb i lakierów w 2005 roku / Paint and varnish market in 2005
- 16 Wpływ sytuacji gospodarczej na wyniki Grupy Kapitałowej w 2005 roku  
/ Influence of business situation on the Group's results in 2005
- 17 Sprzedaż / Sales
- 20 Dynamika sprzedaży / Sales dynamics
- 22 Sprzedaż eksportowa Grupy Kapitałowej / Export sales of the Group
- 24 Jakość / Quality
- 26 Ochrona środowiska / Environment protection
- 27 Rankingi, nagrody i wyróżnienia / Rankings, prizes and awards
- 29 Wyniki finansowe / Financial results
- 31 Opinia niezależnego biegłego rewidenta / Report of an independent auditor
- 35 Skonsolidowany bilans za 2005 rok / Consolidated balance sheet for the year 2005
- 37 Skonsolidowany rachunek zysków i strat / Consolidated profit and loss account
- 38 Skonsolidowany rachunek przepływów środków pieniężnych / Consolidated cash flow statement



raport roczny '05  
annual report **'05**

## Rada Nadzorcza Supervisory Board



**Jerzy Pater**  
Przewodniczący Rady Nadzorczej  
*Chairman of the Supervisory Board*



**Stanisław Cymbor**  
Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej  
*Vice chairman of the Supervisory Board*



**Stanisław Wiatr**  
Sekretarz Rady Nadzorczej  
*Secretary of the Supervisory Board*



**Marta Mikrut-Grobelny**  
Członek Rady Nadzorczej  
*Member of the Supervisory Board*



**Stanisław Mikrut**  
Członek Rady Nadzorczej  
*Member of the Supervisory Board*



**Zbigniew Łapiński**  
Członek Rady Nadzorczej  
*Member of the Supervisory Board*



**Jakub Bentke**  
Członek Rady Nadzorczej  
*Member of the Supervisory Board*

## Zarząd Management Board

**Piotr Mikrut**  
Prezes Zarządu (w środku)  
*President of the Management Board (in the centre)*

**Witold Waśko**  
Wiceprezes Zarządu, Dyrektor ds. Ekonomicznych (z lewej)  
*Vice president of the Management Board,  
Financial Director (on the left)*

**Janusz Kęsek**  
Członek Zarządu, Dyrektor ds. Handlowych  
*Member of the Management Board,  
Commercial Director*



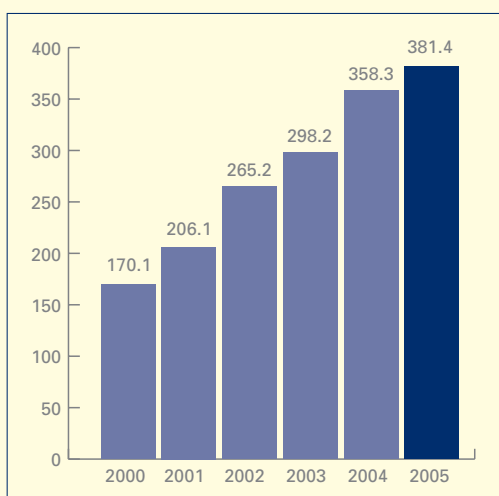
# Podstawowe dane Grupy Kapitałowej Śnieżka

## Fundamental data of Śnieżka Capital Group

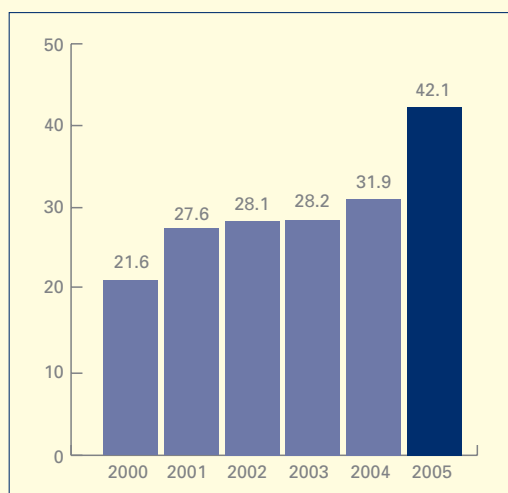
**Kapitał akcyjny:** 14 200 000 zł - 14 200 000 akcji o wartości 1 zł.  
W 2005 roku wysokość kapitału akcyjnego Spółki nie uległa żadnym zmianom.

**Share capital:** 14 200 000 - 14 200 000 shares of the nominal value PLN 1.  
In 2005, the amount of the Company share capital was not changed.

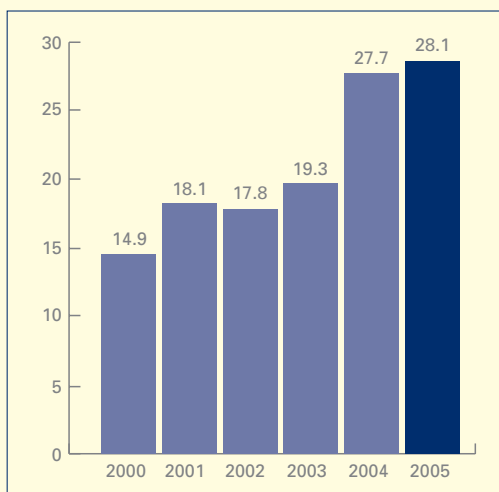
Przychody ze sprzedaży netto w latach 2000-2005 (mln zł)  
*Net income on sales in the years 2000 - 2005 (million PLN)*



Zysk operacyjny w latach 2000-2005 (mln zł)  
*Operation profit in the years 2000-2005 (million PLN)*



Zysk netto w latach 2000-2005 (mln zł)  
*Net profit in the years 2000-2005 (million PLN)*



Piotr Mikrut

Prezes Zarządu Śnieżka SA  
President of the Management Board of Śnieżka SA

## Szanowni Państwo, Dear Sirs,

Ubiegły rok był dla całej branży budowlanej okresem trudnym. Wielkość rynku farb i lakierów w Polsce w minionym roku szacowano na około 2 mld zł w ujęciu wartościowym, co w porównaniu z rokiem 2004 oznacza spadek o 6-8%.

Pomimo słabszej koniunktury i spadku całej branży Grupa Kapitałowa Śnieżka utrzymała dobrą dynamikę sprzedaży i osiągnęła dobre wyniki finansowe. Skonsolidowane przychody netto ze sprzedaży wzrosły w porównaniu do roku 2004 o 6,4% i ukształtowały się na poziomie 381,4 mln zł, zaś zysk netto wyniósł 28,1 mln, co oznacza wzrost o 1,4%. Na uwagę zasługuje bardzo dobry zysk operacyjny, który wzrósł aż o 32,3% i osiągnął najwyższy poziom w historii Spółki - ponad 42 mln zł.

Wyniki te są między innymi rezultatem konsekwentnie realizowanej strategii marketingowej i skutecznej kampanii reklamowej. Miniony rok upłynął nam pod znakiem działań służących reпозиционowaniu marki. W tym celu przebudowaliśmy architekturę marki, wprowadziliśmy nowe opakowania naszych produktów i weszliśmy z ofertą do tych segmentów, w których wcześniej nie byliśmy obecni. Upatrujemy w nich nowych źródeł przychodu. W marcu - wraz z emulsją oraz emalią MAGNAT - Śnieżka zaistniała w segmencie farb Premium. Latem na rynek trafiły hipoalergiczne farby z kolekcji Disney do pokoi dziecięcych wraz z ofertą uzupełniającą w postaci borderów, szablonów i naklejek. Te grupy wyrobów stwarzają dobre perspektywy rozwoju całej Grupy Kapitałowej Śnieżka w najbliższych latach. Prowadziliśmy także intensywne prace nad produktami dostępnymi w naszej ofercie. Rezultatem tych prac były m.in. nowe udoskonalone wersje wybranych wyrobów, które wzbogaciły nasz asortyment.

The previous year was a difficult time for the whole building industry. The size of the paint and varnish market in Poland was assessed in the previous year at about PLN 2 billion in the value perspective, which compare to the year 2004, means a decrease by 6-8%.

Despite a worse economic situation and the decrease of the whole industry, the Śnieżka Group maintained good sales dynamics and achieved good operating profits. Consolidated net sales income increased by 6.4% compare to 2004, and totalled PLN 381.4 m., while net profit totalled PLN 28.1 m., which meant an increase of 1.4%. A very good operating profit deserves attention, as it increased by 32.3%, and reached the highest level in the Company history - over PLN 42 m.

These results were obtained by consistently accomplished marketing strategies, and by a successful advertising campaign. The previous year was marked by operations aimed at the repositioning of the brand. In order to do that we had to rebuild the brand's design, introduced new packaging for our products, and introduce our offer into these markets in which we have not been present before. We expect new sources of income from them. In March - together with MAGNAT emulsion and enamel - Śnieżka appeared in Premium paint area. In the summer, hypoallergic paints from the Disney collection for children's rooms were released on the market together with the supplementary offer in the form of borders, templates, and stickers. These groups of products create good perspectives for the whole of the Śnieżka Group development within the next few years. We have also worked intensively on the products available in our offer. New improved versions of certain products, which have enriched our assortment, were the result of these developments.

W roku 2005 kontynuowaliśmy działania inwestycyjne, mające na celu unowocześnienie linii technologicznych, rozbudowę parku maszynowego, magazynów oraz zaplecza logistycznego. Efektem działań inwestycyjnych jest m.in. automatyzacja procesów produkcyjnych przyczyniająca się do wzrostu wydajności pracy oraz optymalizacji kosztów, co z kolei przekłada się na sprawniejszą i pełniejszą obsługę naszych Klientów.

W 2005 roku Spółka dominująca prowadziła negocjacje dotyczące nowych inwestycji kapitałowych. Rozmowy na ten temat będą nadal prowadzone w roku bieżącym. Kontynuowaliśmy też program motywacyjny dla naszych najlepszych Partnerów Handlowych oparty na długoterminowych obligacjach zamiennych na akcje Śnieżki.

Potwierdzeniem skuteczności naszych działań są liczne nagrody i wyróżnienia, jakie w minionym roku przyznano Śnieżce. Wśród nich największe znaczenie dla nas, jako spółki giełdowej, ma wysoka ocena - cztery gwiazdki na pięć maksymalnie możliwych - uzyskana w ratingu inwestorów instytucjonalnych analizujących przestrzeganie zasad ładu korporacyjnego przez spółki giełdowe. Wysoka pozycja Śnieżki oznacza duże zaufanie do firmy ze strony zarządzających i analityków funduszy inwestycyjnych oraz emerytalnych. Świadczy również o dużej przejrzystości Śnieżki i o jej dobrym postrzeganiu jako spółki publicznej.

Głęboko wierzę, że tak jak my, tak i Państwo jesteście zadowoleni z dotychczasowych wyników Grupy Kapitałowej Śnieżka. W imieniu całego Zarządu pragnę obiecać, że w dalszym ciągu będziemy robić wszystko, by w pełni usatysfakcjonować naszych Partnerów Handlowych, Klientów i Pracowników, oraz naszych dotychczasowych i nowych Akcjonariuszy.

In 2005, we continued investment operations, aimed at the modernisation of technological lines, expansion of machines, stores, and logistic base. The automation of the production process, contributed to the growth of work output, and expenses optimisation were the results of investment operations, which signify a more efficient and complete Customer service. In 2005, the Holding company conducted negotiations concerning new capital investments. Negotiations concerning this issue will also be conducted this year. We also continued the motivation programme for our best Business Partners based on long-term bonds convertible to Śnieżka shares.

Numerous prizes and awards given to Śnieżka in the previous year, confirm the efficiency of our operations. Among them, a high assessment - four stars out of five maximally possible - that was received as a rating from the institutional investors who have analysed the rules of corporation order by quoted companies and which has the most significant meaning for us, as a quoted company. The high position of Śnieżka means a high confidence in the company by managers and analysers of investment and pension funds. It also means a high transparency of Śnieżka and its good perception as a public company.

I believe that you, just like we, are satisfied with Śnieżka Groups current achievements. On behalf of the whole Management Board, I would like to promise that we will still be doing everything in order to satisfy completely our Business Partners, Customers and Employees, and our current and new Shareholders.

W roku 2006 zamierzamy kontynuować działania służące repozycjonowaniu marki Śnieżka. Będziemy się także koncentrować na promocji i sprzedaży produktów, które ostatnio wprowadziliśmy na rynek. Zgodnie z długoterminową strategią rozwoju Grupy Kapitałowej Śnieżka będziemy kontynuować rozwój służący uzyskaniu wiodącej pozycji na rynku farb i lakierów w Europie Środkowo-Wschodniej. W tym celu planujemy umacnianie pozycji na dotychczasowych rynkach oraz dalsze zwiększanie udziału w rynku krajowym. Planujemy także rozwój eksportu w krajach Europy południowej i zachodniej.

Na koniec pragnę serdecznie podziękować wszystkim Indywidualnym oraz Instytucjonalnym Akcjonariuszom Śnieżki, a także Pracownikom i Współpracownikom za ich zaangażowanie i codzienny wysiłek wkładany w rozwój naszej Grupy Kapitałowej. W imieniu Zarządu szczególne podziękowania kieruję na ręce Rady Nadzorczej, której wsparcie oraz zaufanie pozwalają nam skutecznie realizować wszystkie planowane przedsięwzięcia.

In 2006, we are going to continue the operations aimed at the repositioning of the Śnieżka brand. We will also concentrate on the promotion and sales of products that we have recently released on the market. According to a long-term development strategy of the Śnieżka Group, we will continue the development aiming to the achievement of a leading position on the varnish and paint market in Central-Eastern Europe. In order to achieve this we are planning to strengthen the position on the current markets, and further increase the share on the domestic market. We are also planning export development in Southern and Western European countries.

Finally, I would like to thank cordially all Individual and Institutional Shareholders of Śnieżka, and Employees and Partners for their engagement and everyday effort put into our Groups development. On behalf of the Management Board, I would like to thank the Supervisory Board, whose support and confidence allow us to accomplish effectively all the planned enterprises.

Piotr Mikrut



Prezes Zarządu Śnieżka SA  
President of the Management  
Board of Śnieżka SA





## Krótką historia firmy

### Short history of the company

Najważniejsze wydarzenia z historii FFiL Śnieżka S.A.	The most important events from the history of Śnieżka S.A.
1984 - powstanie pierwszej firmy produkującej farby, tzw. prawnej poprzedniczki Śnieżki	1984 - formation of the first company producing paints, so called legal predecessor of Śnieżka
1990 - powstanie Fabryki Farb i Lakierów Chemal S.C.	1990 - formation of the Chemal Factory of Paints and Varnishes Civil Partnership
1993 - uruchomienie oddziału produkcyjnego w Lubzinie	1993 - opening a production branch in Lubzina
1994 - uruchomienie oddziału produkcyjnego w Pustkowie	1994 - opening a production branch in Pustków
1998 - powstanie Fabryki Farb i Lakierów ŚNIEŻKA SA	1998 - formation of the ŚNIEŻKA Factory of Paints and Varnishes Joint-Stock Company
2000 - uruchomienie produkcji w "Śnieżka Ukraina" Sp. z o.o. w Jaworowie	2000 - starting a production in "Śnieżka Ukraine" Sp. z o.o. in Jaworów
2003 - uruchomienie produkcji w "Białorusko-Polska Śnieżka" Sp. z o.o. w Żodino k/Mińska (obecnie "Śnieżka BELPOL")	2003 - starting production in "Belorussian-Polish Śnieżka" Sp. z o.o. in Żodino near Mińsk (current "Śnieżka BELPOL")
2003 - /grudzień/ debiut akcji FFiL Śnieżka S.A. na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych	2003 - /December/ shares debut of Śnieżka S.A. on the Warsaw Stock Exchange
2005 - uruchomienie produkcji w "Śnieżka" Sp. z o.o. w Wistowej na Ukrainie	2005 - starting production in "Śnieżka" Sp. z o.o. in Wistowa in Ukraine
2006 - /kwiecień/ oddanie do użytku nowoczesnego wydziału produkującego farby rozpuszczalnikowe w Brzeźnicy	2006 - /April/ putting to use a modern branch producing solvent paints in Brzeźnica

W ciągu zaledwie kilkunastu lat z małej prywatnej spółki Śnieżka stała się przedsiębiorstwem, które należy do grona największych polskich przedsiębiorstw. Jako jedyna firma spośród największych producentów farb w Polsce FFiL Śnieżka SA zbudowała swoją obecną pozycję bez wsparcia kapitału zagranicznego.

Dziś Śnieżka to nowoczesny zakład zatrudniający ponad 500 osób i wytwarzający rocznie około 70 mln litrów różnego rodzaju wyrobów chemii budowlanej na rynek krajowy oraz rynki zagraniczne. Wszystkie wyroby produkowane są w oparciu o System Zapewnienia Jakości ISO 9001. Należy również dodać, że Śnieżka - jako jedna z największych firm w regionie - daje pracę i możliwość zarobkowania tysiącom ludzi pracującym w handlu, transporcie, produkującym surowce, półprodukty, opakowania, materiały reklamowe itp.

It is only within the last ten and twenty year's, that Śnieżka has turned from a small private company into the enterprise that belongs to the circle of the largest Polish enterprises. Śnieżka SA, as the only company out of the largest paint producers in Poland, has built its current position without any support of foreign capital.

Today Śnieżka is a modern company employing over 500 employees and producing annually about 70 m. litres of different types of building chemistry products for the domestic market and overseas markets. All products are produced according to the Quality Management System ISO 9001. It should also be added that Śnieżka - as one of the largest companies in the region - provides employment and the possibility of earning to thousands of people working in trade, transport, producing raw materials, half-products, packaging, advertising materials and suchlike.

## Spółki należące do Grupy Kapitałowej oraz powiązane Companies of the Group and affiliated companies

**Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych w Bytowie Sp. z o.o.** zajmuje się produkcją oraz sprzedażą farb i lakierów proszkowych. W dniu 29 grudnia 2004 r. Zgromadzenie Wspólników Polskiej Chemii Budowlanej "Śnieżka" Sp. z o.o. podjęło decyzję o zmianie nazwy, siedziby oraz profilu działalności Spółki. Dotychczasowy zakres częściowo przejęła Spółka dominująca, a część działalności będzie kontynuowana w Spółce pod nową nazwą. Zmiany te zostały zarejestrowane 7 lutego 2005r.

**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 większych producentów farb i lakierów na Ukrainie. Wyroby jej są sprzedawane pod marką Śnieżka. Dysponuje ona znaczącym potencjałem produkcyjnym oraz własną siecią odbiorców.

**"Śnieżka" Sp. z o.o.** w Wistowej na Ukrainie jest jednym z producentów farb rozpuszczalnikowych na Ukrainie. Wyroby jej są sprzedawane pod marką Śnieżka. Dysponuje ona znaczącym potencjałem produkcyjnym oraz własną siecią odbiorców hurtowych i detalicznych.

**Factory of Powder Paints and Varnishes in Bytów Sp. z o.o.** produces and sells powder paints and varnishes. On 29th December 2004, the Meeting of Shareholders of the Polish Building Chemistry "Śnieżka" Sp. z o.o. decided to change the name, registered office and the Company range of operations. The current range was partly taken over by the Holding company, while the part of operations will be continued in the Company under a new name. These changes were registered on 7th February 2005.

**FARBUD Sp. z o.o.** is one of larger wholesale companies and distributors of Śnieżka products in the region of Lublin.

**"Śnieżka Ukraine" Sp. z o.o.** in Jaworów is one of larger paint and varnish producers in Ukraine. Its products are sold under the name of Śnieżka. It has a significant production potential and its own recipient network.

**"Śnieżka" Sp. z o.o.** in Wistowa in Ukraine is one of solvent paint producers in Ukraine. Its products are sold under the name of Śnieżka. It has a significant production potential and its own network of wholesale and retail clients

### Struktura Grupy Kapitałowej Śnieżka na dzień 31 grudnia 2005 roku: *Structure of the Group as 31 December 2005, as follows:*

#### FABRYKA FARB I LAKIERÓW ŚNIEŻKA SA

##### Grupa kapitałowa / Capital Group

HADROKOR Sp. z o.o. we Włocławku  
50% udziałów / 50% shares

Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych Sp. z o.o.  
w Bytowie 78% udziałów / 78% shares

FARBUD Sp. z o.o. w Lublinie  
80,93% udziałów / 80,93% shares

##### Powiązania kapitałowe / Capital associations

SPED-FARB Sp. z o.o. w Brzeźnicy  
35% udziałów / 35% shares

ŚNIEŻKA UKRAINA Sp. z o.o. w Jaworowie  
51% udziałów / 51% shares

ŚNIEŻKA Sp. z o.o. w Wistowej  
58,26% udziałów / 58,26% shares

ŚNIEŻKA BELPOL Sp. z o.o.  
w Żodino koło Mińska  
51% udziałów / 51% shares

PLASTBUD Sp. z o.o. w Pustkowie  
10,07% udziałów / 10,07% shares

Przetwórstwo Tworzyw Sztucznych  
Krzystyniak & Klabacha Sp. z o.o.  
w Pustkowie, 10,01% udziałów / 10,01% shares

**Śnieżka BELPOL Sp. z o.o.** w Żodino koło Mińska jest jednym z producentów farb i lakierów na Białorusi. Wyroby jej są sprzedawane pod marką Śnieżka. Dysponuje ona znaczącym potencjałem produkcyjnym oraz własną siecią odbiorców detalicznych.

**Hadrokor Sp. z o.o.** we Włocławku zajmuje się produkcją wysokiej jakości wyrobów antykorozyjnych sprzedawanych pod marką własną oraz "Śnieżki" i uzupełniających jej ofertę. Dysponuje własnym potencjałem wytwórczym, technologią, kadrą o wysokim stopniu doświadczenia zawodowego oraz własnym rynkiem zbytu. Wprowadzenie wyrobów Hadrokoru do oferty Śnieżki wzbogaciło ją o nowe ważne pozycje nie produkowane przez Śnieżkę oraz umożliwiło poszerzenie kręgu odbiorców przemysłowych.

#### **Współpraca z innymi podmiotami powiązanymi kapitałowo dotyczyła:**

**SPED-FARB Sp. z o.o.** zajmuje się obsługą potrzeb transportowych w zakresie wysyłki wyrobów i towarów sprzedawanych przez FFIL Śnieżka S.A.

**Firma PTS Krzystyniak & Klabacha** zajmuje się wykonawstwem opakowań z tworzyw sztucznych dla Śnieżki. Dysponuje własnym potencjałem wytwórczym, technologią i kadrą o dużym stopniu doświadczenia zawodowego.

**Plastbud Sp. z o.o.** w Pustkowie zajmuje się produkcją półproduktów do produkcji farb, kolorantów do systemu kolorowania Śnieżki oraz pigmentów Colorex. Ponadto jest dostawcą niektórych surowców oraz towarów.

**Śnieżka BELPOL Sp. z o.o.** in Žodino near Mińsk is one of the paint and varnish producers in Belarus. Its products are sold under the name of Śnieżka. It has a significant production potential and its own network of retail clients.

**Hadrokor Sp. z o.o.** in Włocławek produces high quality anticorrosive products sold under its own brand and the brand of "Śnieżka" and supplementing its offer. It has its own manufacturing potential, technology, highly experienced staff, and its own market. The introduction of Hadrokor products into the Śnieżka offer enriched it with new and important items not produced by Śnieżka, and allowed its expansion to the industrial clients' circle.

#### **Cooperation with other companies related by the capital, concerned:**

**SPED-FARB Sp. z o.o.** serves transport needs in the area of the shipment of goods and products sold by Śnieżka S.A.

**PTS Krzystyniak & Klabacha Company** produces plastics packaging for Śnieżka. It has its own manufacturing potential, technology, and highly experienced staff.

**Plastbud Sp. z o.o. in Pustków** produces half-products for the production of paints, colours for Śnieżka colour system and Colorex pigments. Moreover, it provides some raw materials and goods.

## Strategiczne cele Grupy Kapitałowej

### Strategic objectives of the Group

Strategia rozwoju Grupy Kapitałowej Śnieżka zakłada uzyskanie wiodącej pozycji na rynku farb i lakierów w Europie Środkowo-Wschodniej. W tym celu Grupa Śnieżka planuje dalsze umacnianie swojej pozycji na dotychczasowych rynkach, ekspansję na nowe rynki oraz pozyskanie nowych segmentów rynku. Spółka planuje powiększyć udział w rynku krajowym m.in. poprzez zacieśnianie współpracy z obecnymi Partnerami Handlowymi oraz poprzez wejście w nowe segmenty rynku (farby przemysłowe, segment wyrobów Premium).

Strategia Grupy Kapitałowej Śnieżka zakłada sukcesywne pozyskiwanie nowych rynków zbytu. Aktualnie Spółka dominująca eksportuje swoje wyroby przede wszystkim do krajów Europy Wschodniej (Ukraina, Białoruś, Rosja, Mołdawia, Litwa, Słowacja, Rumunia, Łotwa), jak również do Kazachstanu. Grupa Kapitałowa Śnieżka prognozuje dalszy wzrost obecności na dotychczasowych rynkach oraz rozszerzenie rynków zbytu o kolejne państwa, w tym europejskie, a w szczególności Czechy, Węgry, Niemcy oraz Austrię.

W 2006 roku przygotowywane są dalsze inwestycje kapitałowe za granicą. Priorytetowym celem Grupy jest tworzenie lub rozbudowa na zagranicznych rynkach profesjonalnej sieci sprzedaży i zaopatrzenie jej w pełną paletę wyrobów Śnieżki. Na bazie pomyślnie rozwijających się stosunków handlowych Spółka nadal zamierza uściślać powiązania kapitałowe polegające na przenoszeniu produkcji bezpośrednio na rynki lokalne.

Zdaniem Zarządu Spółki dominującej wypracowane w 2005 roku wyniki finansowe oraz uzyskana pozycja Śnieżki na rynku polskim, a także na rynkach Europy Wschodniej, potwierdzają realność perspektyw dalszego rozwoju Grupy Kapitałowej.

The development strategy of the Group consists of achieving a leading position on the paint and varnish market in Central-Eastern Europe. In order to achieve this, the Śnieżka Group is planning a further strengthening of its position on current markets, and expansion to new markets and winning new market areas. The Company is planning the expansion of participation in the domestic market e.g. by co-operating more closely with the current Business Partners and by entering new market areas (industrial paints, area of Premium products).

The strategy of the Śnieżka Group is based on the acquisition of new markets. Now the Holding company exports its products mainly to Eastern European countries (Ukraine, Belarus, Russia, Moldavia, Lithuania, Slovakia, Romania, Latvia), but also to Kazakhstan. The Śnieżka Group forecasts further growth of its presence on the current markets and the expansion of the markets into other countries, including the European ones, especially Czech Republic, Hungary, Germany and Austria.

In 2006, further capital investments abroad are being prepared. The main priority of the Group is the formation or expansion of a professional sales network on overseas markets and providing it with the full range of Śnieżka products. Based on trade relations developing successfully, the Company is still going to specify the capital relations consisting in transferring the production directly onto domestic markets.

According to the Management Board of the Holding company, financial results achieved in 2005, and the position of Śnieżka on the Polish market and on Eastern European markets, confirm the reality of perspectives, concerning further development of the Group.

## Sytuacja gospodarcza w kraju i branży Business situation in the country and industry

Po trwającym pół roku spowolnieniu wzrostu gospodarczego w drugim półroczu 2005 roku nastąpiła wyraźna poprawa. Głównym czynnikiem wzrostu gospodarczego w 2005 roku był popyt zewnętrzny, natomiast popyt krajowy z trudem przełamuje stagnacyjną tendencję.

Rok 2005 nie był dla branży farb i lakierów okresem łatwym. Nie najlepsza koniunktura gospodarcza osłabiła aktywność konsumentów na rynku. Z całą pewnością można stwierdzić, że sytuacja była znacznie gorsza niż w roku wcześniejszym. Według danych GUS nastąpił spadek produkcji w całej branży farb i lakierów.

Prognoza gospodarcza na przyszłe lata zależna będzie w dużej mierze od ustabilizowania się sytuacji politycznej naszego kraju. Generalnie oczekuje się, że tempo wzrostu gospodarczego w latach 2006-2007 powinno o około 1% przekraczać to zanotowane w 2005 roku. Głównym czynnikiem wzrostu PKB powinien być popyt krajowy wraz z ożywieniem konsumpcji prywatnej i inwestycji.

Pozytywnym aspektem dla firm z branży budowlanej może być również fakt, że w życie weszła ustawa o zwrocie osobom fizycznym części podatku VAT zawartego w cenie materiałów budowlanych. Ustawa ma zrehabilitować inwestorom indywidualnym podwyżkę stawki VAT z 7 do 22 procent, która nastąpiła z chwilą przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Dzięki poprawkom o zwrot podatku będą się mogły starać nawet te osoby, które mają faktury wystawione po 1 maja 2004 r. Niestety mniej optymistycznie dla budownictwa wygląda sprawa ulgi remontowej. Obowiązująca przez 3 lata (2003-2005) ulga nie została przedłużona na lata kolejne, co w najbliższej przyszłości może spowodować zmniejszenie wydatków na zakup materiałów remontowo-budowlanych przez gospodarstwa domowe. Generalnie jednak sytuacja gospodarcza w kraju na początku 2006 roku postrzegana jest optymistycznie, pomimo tego, że stopa bezrobocia nadal utrzymuje się na wysokim 17,6% poziomie, a deficyt budżetowy jest wysoki i bliski krytycznego poziomu. Wzrost gospodarczy jest coraz wyższy, a wartość złotego wobec EURO i USD rośnie od kilku miesięcy, co pozwala na tani import do Polski zarówno surowców, jak i gotowych produktów. Trudno jednak określić czy zjawiska te są trwałe i czy tendencja ta nie ulegnie odwróceniu.

After the slowing down of the economic growth, which lasted half a year, there was a significant improvement in the second half of 2005. The main factor of the economic growth in 2005 was outside demand, while the domestic demand is breaking the stagnation tendency with difficulty.

The year 2005 was not an easy time for the paint and varnish industry. The economic situation was not the best therefore; it weakened the activity of consumers on the market. It could be stated with absolute certainty that the situation was significantly worse than in the previous year. According to the data of MSO, there was a decrease in production in the whole of the paint and varnish industry.

The economic forecast for the years to come will depend mainly on the stabilisation of the political situation in our country. Generally, it is expected that the pace of economic growth in 2006-2007 should exceed by 1% the pace reported in 2005. Domestic demand together with the revival of private consumption and investment should be the main factor of GDP growth.

The fact that the law on repayment to the individuals of the part of VAT included in the price of building materials took effect, might also be a positive aspect for the companies from the building industry. The law shall compensate individual investors for the increase of VAT rate from 7 to 22 per cent, which took place at the time when Poland joined the European Union. Due to the amendments, even people having invoices issued after 1st May 2004 shall apply for the reduction of tax. However, the issue of renovation allowance does not seem that optimistic for the building trade. Allowance that existed for 3 years (2003-2005) has not been prolonged for the following years, which might result in the reduction of expenses for the purchase of renovation and building materials by the individuals in the near future. Generally, the economic situation in the country at the beginning of 2006 has been perceived as optimistic, even though the unemployment rate is still on a high level of 17.6%, while the budget deficit is high and close to a critical level. Economic growth is higher while the zlotys value against EURO and US has been growing since a few months, which allow for a cheap import of raw materials as well as finished products to Poland. It is difficult to state whether these circumstances are long lasting and whether this tendency will not turn.

## Rynek farb i lakierów w 2005 r. Paint and varnish market in 2005

### Wielkość rynku

Wielkość rynku farb i lakierów w Polsce w 2005 roku szacuje się na ok. 345 mln litrów w ujęciu ilościowym oraz na około 2 mld złotych w ujęciu wartościowym. Szacuje się, że w 2005 roku w porównaniu do roku 2004 w skali całej branży nastąpił spadek sprzedaży farb i lakierów o 6-8%. Zgodnie z danymi GUS w pierwszym półroczu 2005 roku spadki produkcji w poszczególnych grupach farb i lakierów kształtowały się na poziomie około 10%. Aktualna średnia wielkość zużycia farb i lakierów w Polsce przypadająca na jednego mieszkańca (ok. 9 litrów), w porównaniu z krajami Unii Europejskiej (15 litrów na mieszkańca), czy z USA (20 litrów na mieszkańca), daje podstawy do oceny, że wielkość tego rynku w najbliższych latach powinna rosnąć.

Bardzo pozytywnie ocenia się perspektywy rozwoju rynku farb i lakierów na Ukrainie i Białorusi. O dużym potencjalnym zapotrzebowaniu i możliwościach zbytu na tych rynkach świadczyć mogą obecne wielkości zużycia farb i lakierów szacowane na poziomie 3 litrów na jednego mieszkańca na Ukrainie oraz 4 litrów na osobę na Białorusi. Wielkość rynku farb i lakierów w tych krajach oceniana jest na podstawie danych o liczbie ludności, jej potencjale nabywczym oraz własnego rozpoznania marketingowego chłonności rynków. Dane te są szacunkowe i używane głównie dla potrzeb własnych.

Udział Grupy Kapitałowej w rynku farb i lakierów na Ukrainie oraz Białorusi jest w chwili obecnej trudny do oszacowania ze względu na brak wiarygodnych danych o strukturze sprzedaży poszczególnych producentów w analizowanych okresach w poszczególnych krajach.

### Market size

The size of the paint and varnish market in Poland in 2005 is estimated at about 345 m. litres from the quantitative view, and about 2 billion PLN from the value view. It is estimated that in 2005 to that compare with 2004, on a scale of the whole industry that there was a decrease in paint and varnish sale by 6-8%. According to the data of MSO, in the first half of 2005, production decrease in particular groups of paints and varnish kept at the level of about 10%. Current average value of paint and varnish consumption in Poland per person (about 9 litres), compared with European Union countries (15 litres per person), or the USA (20 litres per person), allows to estimate that the market size should increase in the near future.

The perspective of paint and varnish market development in Ukraine and Belarus are assessed very positively. The current paint and varnish consumption values estimated at the level of 3 litres per person in Ukraine and 4 litres per person in Belarus might signify a huge potential demand and sales possibilities on these markets. Paint and varnish market sizes in these countries is estimated on the basis of the data concerning the population numbers, its purchasing potential and its own marketing diagnosis of markets absorption level. The data is approximate and used only for its own purposes.

Now it is difficult to estimate market share of the Group in the paint and varnish market in Ukraine and Belarus, due to the lack of reliable data concerning the sales structure of particular producers in analysed periods in particular countries.

### Producenci - podział rynku

Krajowy przemysł farb i lakierów jest dość skoncentrowany. Pięciu największych producentów z branży kontroluje prawie 3/4 rynku, a udział dwóch największych przekracza 40%. W krajowej branży farb i lakierów operuje ponad 150 producentów. Zdecydowana większość to firmy bardzo małe - tylko nieco ponad 20 firm zatrudnia więcej niż 50 pracowników. Liderami polskiego rynku farb i lakierów wciąż pozostaje pięciu producentów: Polifarb Cieszyn-Wrocław (grupa międzynarodowa Sigma Kalon), FFIL Śnieżka S.A., Nobiles Włocławek (holenderska grupa Akzo Nobel), ICI Pilawa (brytyjska grupa Imperial Chemical Industries - ICI) oraz TBD Dębica (fińska Tikkurila oraz szwedzka Beckers).

Dość znaczny udział w ilości sprzedawanych w Polsce farb i lakierów ma także import.

W ujęciu ilościowym wyroby z importu stanowią około 16% rynku, jednak z powodu wyższych cen wyrobów importowanych od cen wyrobów rodzimych, w ujęciu wartościowym ich udział w rynku szacuje się na około 23%.

Największe przedsiębiorstwa branży (poza Śnieżką) kontrolowane są przez zagranicznych inwestorów branżowych. Jednak w ciągu ostatnich lat najszybciej rozwijającym się dużym przedsiębiorstwem była Śnieżka, która zdystansowała Nobiles Włocławek, ICI Pilawa oraz TBD Dębica, mimo że firmy te posiadają dłuższe tradycje rynkowe oraz silne wsparcie finansowe w międzynarodowych koncernach.

Aktualnie Śnieżka jest jedyną spółką z branży, która jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych (Polifarb Cieszyn Wrocław i TBD Dębica zostały wycofane z obrotu giełdowego).

### Producers - market division

Domestic paint and varnish industry is quite concentrated. The five largest producers from the industry controls almost 3/4 of the market, while the share of the two largest ones exceeds 40%. In the domestic paint and varnish industry, there are over 150 producers. Very small companies are a straight majority - only a little more than 20 companies employ more than 50 employees. Still the leaders of the Polish paint and varnish market are the five producers: Polifarb Cieszyn-Wrocław (international group Sigma Kalon), Śnieżka S.A., Nobiles Włocławek (Dutch group Akzo Nobel), ICI Pilawa (British Group Imperial Chemical Industries - ICI), and TBD Dębica (Finnish Tikkurila and Swedish Beckers).

Import also has a quite significant share in the amount of paints and varnish sold in Poland.

From the quantitative view, imported products are about 16% of the market, however due to higher prices of imported products than the prices of domestic products, from the value view their market share is estimated at about 23%.

The largest enterprises of the industry (except Śnieżka) are controlled by foreign investors of the industry. However, during the last years Śnieżka, which surpassed Nobiles Włocławek, ICI Pilawa, and TBD Dębica, was the fastest developing enterprise, even though these companies have longer market traditions and a strong financial support in international concerns.

At the moment, Śnieżka is the only company from the industry listed on the Stock Exchange (Polifarb Cieszyn Wrocław and TBD Dębica were withdrawn from the stock exchange turnover).

Zdecydowana nadwyżka podaży nad popytem oraz stagnacja na rynku budowlanym (przy rosnącym potencjale produkcyjnym firm) powodują, że konkurencja w branży farb i lakierów jest bardzo duża. Widać to m.in. po intensywności działań promocyjno-reklamowych. W budownictwie przewagi konkurencyjnej krajowi producenci wykorzystują przede wszystkim potencjał własnej marki, wśród których marka Śnieżka należy do grupy najsilniejszych w branży.

Decydującym dla sprzedaży Grupy Kapitałowej jest rynek polski. Silną pozycję Śnieżka posiada także na rynkach Ukrainy i Białorusi gdzie napotyka konkurencję tych samych producentów farb i lakierów z Europy Zachodniej, którzy również prowadzą własną politykę ekspansji. Potwierdza to trafność wyboru kierunku inwestycji obranego przez Śnieżkę oraz poprawność oceny siły nabywczej społeczeństw w tych krajach.

A significant surplus of supply over demand and stagnation on the building market (at an increasing production potential of the companies) result in a very large competition in the paint and varnish industry. It is visible e.g. in the intensive promotion and advertising campaigns. In creating a competitive advantage, domestic producers especially use the potential of their own brand, among which Śnieżka brand belongs to the group of the strongest ones in the industry.

The Polish market is very decisive in the sales of the Group. Śnieżka also has a strong position on the markets of Ukraine and Belarus where it meets competition of the same paint and varnish producers from the Western Europe, who also conduct their own expansion policy. It confirms the accurate choice of the investment direction by Śnieżka and the suitable assessment of purchasing power of the societies of these countries.

## **Wpływ sytuacji gospodarczej na wyniki Grupy w 2005 roku** **Influence of business situation on the Group's results in 2005**

W 2005 roku Spółka pomyślnie realizowała zaplanowane przedsięwzięcia. Czynnikiem zewnętrznym mającym największy wpływ na sytuację Spółki było ryzyko zmiany kursów walut. Znaczny spadek kursu waluty EURO, w której Śnieżka dokonuje zakupu większości podstawowych surowców, pozwolił Spółce na uzyskanie wyższej marży operacyjnej.

W marcu 2005r. Rozporządzeniem Prezydenta Ukrainy zniesiono ulgi inwestycyjne w wolnych strefach ekonomicznych co spowodowało konieczność uiszczenia od początku 2005 roku przez spółkę zależną Śnieżka - Ukraina w Jaworowie podatku dochodowego, co nie było przewidziane w planach Grupy.

In 2005, the Company successfully accomplished planned enterprises. The risk of changes in exchange rates was the extrinsic factor, having the strongest influence on the Company's situation. A significant decrease in the EURO exchange rate by which Śnieżka purchases most of the basic raw materials, allowed the Company to achieve a higher operating profit margin.

In March 2005, based on the Directive of the President of Ukraine, investment concessions were abolished in free enterprise zones, which resulted from the beginning of 2005, in the necessity to pay the income tax by the subsidiary company Śnieżka - Ukraine in Jaworów, which was not predicted in the plans.



# Sprzedaż Sales

## Polityka asortymentowa

Śnieżka jest jednym z wiodących producentów farb i lakierów w Polsce, koncentrującym swoją działalność w szczególności w segmencie farb emulsyjnych (wodorozcieńczalne), olejno-ftalowych (rozpuszczalnikowe) oraz mas szpachlowych. Spółka oferuje szeroki zakres wysokiej jakości farb i lakierów, jednocześnie zapewniając Klientom pomoc w zakresie wdrażania i aplikacji jej produktów.

Asortyment wyrobów i towarów oferowanych przez Spółkę można podzielić na cztery podstawowe grupy:

- farby wodorozcieńczalne,
- farby rozpuszczalnikowe,
- masy szpachlowe,
- pozostałe, w tym: impregnaty, kleje, system dociepleń, farby drukarskie, farby przemysłowe.

Wiodącą gałęzią produkcji Grupy Kapitałowej Śnieżka jest produkcja wyrobów DIY (dekoracyjnych). W grupie tej znaczącą pozycję zajęły wyroby wodorozcieńczalne oraz rozpuszczalnikowe.

W 2005 roku Spółka dominująca realizowała następujące przedsięwzięcia w zakresie oferty :

- zmiana szaty graficznej opakowań,
- wprowadzenie linii wyrobów serii Disney,
- wprowadzenie marki Premium (MAGNAT),
- wzbogacenie oferty o farby przemysłowe - pod koniec roku 2005 Grupa Kapitałowa Śnieżka (Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych w Bytowie Sp. z o.o.) wprowadziła do sprzedaży pierwszą partię farb proszkowych.

W roku ubiegłym dokonano szeregu działań mających na celu repozycjonowanie marki Śnieżka. Wprowadzone zostały zmiany w architekturze marki. Poszczególnym grupom produktów nadano odpowiednie role, jasno określające ich pozycję w układzie cena - jakość - przeznaczenie. Aby zwiększyć klarowność naszej oferty modyfikacjom uległy także nazwy poszczególnych produktów. Najsilniej chyba zmiany w marce Śnieżka uwidoczniły się w nowej szacie graficznej opakowań, które zostały wprowadzone na rynek w sezonie 2005. Zmiany dotyczą nie tylko samej grafiki, lecz także logo Śnieżka, które pojawiło się w nowej wersji.

## Selected policy

Śnieżka is one of the leading paint and varnish producers in Poland, concentrating its activities mainly in the area of emulsion paints (water-diluents), oil-ftal (solvent), and spatula masses. The Company offers a wide range of high quality paints and varnish, simultaneously providing the Customers with help in the area of implementation and application of its products.

The assortment of the products and goods offered by the Company can be divided into four basic groups:

- water-diluents paints,
- solvent paints,
- spatula masses,
- others which are included: impregnates, glues, warming systems, printer's inks, industrial paints.

Production of DIY (decorative) products is the leading production branch of the Group. Water-diluents and solvent products got into a significant position in this group.

In 2005, the Holding company was accomplishing the following enterprises in the range of the offer:

- change of packaging design,
- introduction of the line of products of the Disney series,
- introduction of the Premium brand (MAGNAT),
- enrichment of the offer with industrial paints - at the end of 2005 Śnieżka Group (Factory of Powder Paints and Varnishes in Bytów Sp. z o.o.) introduced the sale of the first part of powder paints.

Numerous activities took place last year in order to reposition the Śnieżka brand. The changes were introduced in the brand design. Particular groups of products were given suitable roles, clearly defining their position in the price - quality - purpose relation. In order to increase the clarity of our offer, also the names of particular products were modified. Changes in the Śnieżka brand were most visible in the new graphic layout of the packaging, which was introduced on the market in 2005. The changes not only concern the graphics itself but also the logo of Śnieżka, which appeared in the new version.



Rozpoczęte w roku 2005 zmiany mają prowadzić do zmiany wizerunku marki. Śnieżka postrzegana była głównie jako producent farb białych, o bardzo dobrej relacji jakości do ceny. Nowe pozycjonowanie marki ma na celu rozszerzenie jej kompetencji w zakresie farb kolorowych i "unowocześnienie" wizerunku. Zrealizowana została kampania reklamowa wiodącego produktu - emulsji w gotowych kolorach Śnieżka Max, która wydatnie wspomogła proces zmiany wizerunku. Przy okazji prowadzonych działań zmodyfikowano ofertę tej marki. Wprowadzone zostały nowe kolory emulsji oraz poszerzono ofertę marki o emalię alkidową uretanowaną Śnieżka Max.

Zmiany objęły także inne obszary komunikacji z klientem - Internet, gdzie udostępniono nowy portal o malowaniu [www.przemaluj.pl](http://www.przemaluj.pl) oraz Public Relations, przejawiające się m.in. w działalności fundacji "Twoja Szansa".

Istotnym elementem repositionowania marki Śnieżka było poszerzenie oferty o kolekcję farb oraz akcesoriów do dekoracji pokoi dziecięcych na licencji Disney. Koncepcja wprowadzenia tej grupy wyrobów oparta była na dążeniu do wypełnienia niszy rynkowej - bezpiecznych farb hipoalergicznym o bardzo łagodnym zapachu, ze szczególnym przeznaczeniem dla dzieci oraz osób wrażliwych. Badania wykonane przez Zakład Alergologii Klinicznej i Środowiskowej Collegium Medicum Uniwersytetu Jagiellońskiego potwierdziły, że wyroby te nie wykazują działania alergizującego ani drażniącego. W ofercie znalazły się: lateksowa farba emulsyjna (24 kolory) oraz wodorozcieńczalna emalia (12 kolorów), jak również zestaw dodatkowych elementów wykończeniowych, tj.: naklejki na ścianę, bordery dekoracyjne, szablony do malowania. Wyroby te pogrupowane zostały w trzy linie tematyczne: Kubuś Puchatek, Księżniczki oraz Myszka Miki i Przyjaciele. Najwyższa jakość wyrobów linii Disney, odpowiednio przygotowana strategia marketingowa tego wyrobu oraz skojarzenie marki Śnieżka z jedną z najbardziej cenionych marek światowej gospodarki, jaką jest właśnie Disney, przyczynią się do wzmocnienia pozytywnego wizerunku marki Śnieżka.

Changes begun in 2005, shall lead to the change of the company's image. Śnieżka has been perceived mainly as the producer of white paints, and having a very good quality and price relation. The new brands positioning aims at expanding its competence in the range of colour paints and "modernising" the image. An advertising campaign of a leading product - emulsion in ready colours of Śnieżka Max which contributed considerably to the process of image change, was organised. When conducting the activities, the brand's offer was modified. New emulsion colours were introduced and the brand's offer was extended with Śnieżka Max alkyd urethane enamel.

Changes also spread throughout other areas of communication with the customer - Internet, where a new web portal about painting [www.przemaluj.pl](http://www.przemaluj.pl) was made available and Public Relations which showed e.g. in the activity of "Your Chance" foundation.

A significant part of Śnieżka brands' repositioning was extending the offer with the collection of paints and accessories for decorating children's rooms under the Disney licence. The concept of introducing this group of products was aimed at filling the markets niche - safe hypoallergic paints of a very delicate scent, with a special purpose for children and sensitive people. Research done by Collegium Medicum Clinical and Environmental Allergology Company of Jagiellonian University, confirmed that these products have no allergic or irritant effect. Latex emulsion paint (24 colours) and water-diluent enamel (12 colours), but also a set of additional finishing parts, e.g. wall stickers, decoration borders, painting templates were introduced into the offer. These products were divided into three thematic lines: Winnie the Pooh, Princess, and Mickey Mouse and Friends. The highest quality of Disney line products, suitably prepared marketing strategy of the product and a relation of the Śnieżka brand with one of the most valued brands of world business that is Disney, will contribute to strengthening the positive image of the Śnieżka brand.



Wśród wyrobów, które wzbogaczyły ofertę Grupy Kapitałowej Śnieżka w 2005 roku należy wymienić także emulsję specjalnego przeznaczenia Śnieżka Kuchnia - Łazienka. Jest to farba emulsyjna akrylowa z dodatkiem silikonu polecana do malowania pomieszczeń szczególnie narażonych na działanie wilgoci. Zawiera składnik ochronny (tzw. biocyd), który na długi czas zabezpiecza przed rozwojem pleśni i grzybów. Dodatkową zaletą użycia emulsji Śnieżka Kuchnia - Łazienka jest uzyskanie powłok odpornych na zmywanie i szorowanie wodą z dodatkiem detergentu.

Ważnym wydarzeniem roku 2005 było rozszerzenie oferty Spółki o produkty z segmentu Premium o nazwie MAGNAT. Celem było stworzenie marki, która pozwoliłaby Firmie docierać do jeszcze szerszej grupy Klientów. MAGNAT to unikalna kompozycja kolorystyczna farb, opracowana specjalnie z myślą o najbardziej wymagających klientach. Tworzą ją jednowarstwowa emulsja lateksowa do wnętrz oraz jednowarstwowa emalia akrylowa do metalu i drewna. Farby te inspirowane są barwami szlachetnych kamieni, znanych z niezwykłych cech oddziaływania. Dzięki nim można tworzyć wnętrza, w których łatwiej o relaks i odprężenie. Które poddadzą się magii domowej atmosfery i odnajdą swoją duszę we współczesnym, ale jednak nieco niezwykłym klimacie. Paleta marki MAGNAT stworzona została dla wszystkich tych, którzy czerpią radość z otaczania się oryginalnym pięknem. Produkty marki MAGNAT to nie tylko wyjątkowe walory estetyczne. To także w pełni nowoczesne i bardzo wygodne, co ważne w praktyce, farby. Emulsja MAGNAT jest odporna na zmywanie i szorowanie, dodatkowo jej właściwości pozwalają uniknąć rozpryskiwania się farby podczas malowania. Emalię MAGNAT charakteryzuje natomiast szybkość schnięcia (suchość w dotyku już po 2 godzinach), łagodny zapach oraz doskonała barwa (dzięki wysokiej jakości pigmentom).

Among the products that enriched the offer of the Śnieżka Group in 2005, was the emulsion with a special purpose Śnieżka Kitchen - Bathroom should also be mentioned. It is acrylic emulsion paint with added silicone, and is recommended for the painting of rooms exposed to damp. It contains a protective component (biocide) which protects from the development of mould. Another advantage of using Śnieżka Kitchen - Bathroom emulsion is the achievement of coating resistant to cleaning and scrubbing with water and detergent.

A very important event of 2005 was the extension of Company's offer with the products from Premium area named MAGNAT. The aim was to create a brand, which would allow the Company to reach a wider range of Customers. MAGNAT is a unique colour paint composition designed with the aim at the most requiring customers. It consists of a single-ply latex emulsion for the interiors and single-ply acryl enamel for metal and wood. These paints have been inspired by the colours of precious stones, known for unusual features. Due to them, it is possible to create interiors in which it is easier to relax, which will submit themselves to the magic of home atmosphere, and will find their souls in the contemporary but a bit unusual climate. The palette of MAGNAT brand was designed for those who find joy in surrounding themselves with original beauty. The products of the MAGNAT brand not only mean aesthetic qualities. They also mean fully modern and very comfortable, which is important in the practiced use of paints. MAGNAT emulsion is resistant to cleaning and scrubbing, moreover, its qualities allow avoiding the spattering of paint during painting. MAGNAT enamel is known for its fast drying (dry to the touch after 2 hours), soft scent, and perfect colour (due to high-quality pigments).



## Dynamika sprzedaży

### Sales dynamics

W 2005 roku Grupa Kapitałowa Śnieżka osiągnęła wzrost sprzedaży i utrzymała dynamikę rozwoju. Wartość sprzedaży na poziomie 381,4 mln zł oznacza dynamikę sprzedaży na poziomie 106,5 % w porównaniu do roku 2004. Wartość sprzedaży, zgodnie ze standardami MSSF, została pomniejszona o kwotę wypłaconych bonusów.

Najszybciej wzrastającą grupą sprzedażową są szpachlówki oraz farby wodorozcieńczalne. Jest to spowodowane rozwojem Grupy Kapitałowej, ustaleniem nowych priorytetów w strategii marketingowej oraz poszerzeniem asortymentu sprzedawanych produktów, których produkcja często lokalizowana jest w podmiotach Grupy Kapitałowej Śnieżka. Dobry wynik Grupa osiągnęła w sprzedaży wyrobów rozpuszczalnikowych. Wzrost o 4% w tej grupie asortymentowej Grupa osiągnęła między innymi dzięki poszerzeniu jej o nowe wyroby i ciągłemu lepszeniu dotychczasowych.

Godną odrębnego przedstawienia wydaje się dynamika sprzedaży Śnieżki-Ukraina w Jaworowie. Za 12 miesięcy 2005 r. przychody tej spółki przekroczyły 78 milionów UAH, co dało ponad 11 mln UAH zysku netto. Dużą rolę odegrały tu umiejętnie prowadzona polityka handlowa i dbałość o bardzo dobrą, wcześniej wykreowaną markę Śnieżka, a także trafne promocje i duża elastyczność dostaw.

Od 2000 roku firma dynamicznie się rozwija. Wyrazem tego jest wysokie miejsce wśród ukraińskich producentów farb. Dynamika wzrostu sprzedaży wykazuje nadal tendencję wzrostową i w roku 2005 Śnieżka-Ukraina osiągnęła znaczący, bo prawie 35% wzrost sprzedaży ogółem w stosunku do roku ubiegłego.

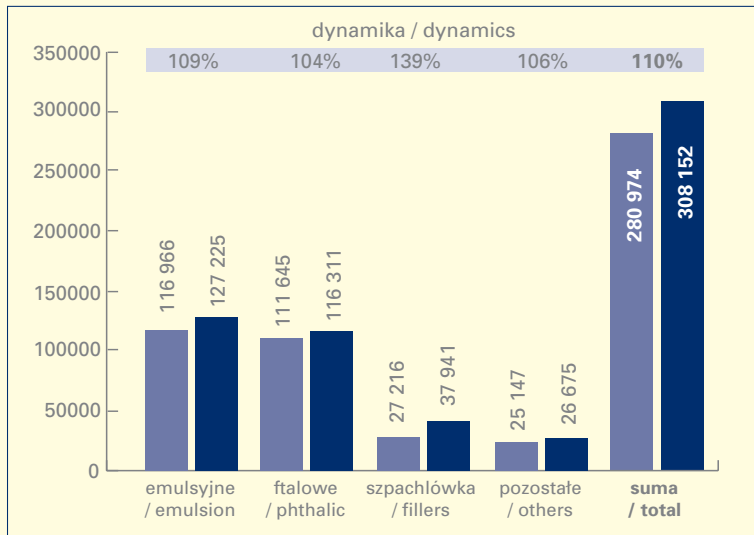
In 2005, the Śnieżka Group reached its sales increase and maintained the development dynamics. The sales figures were at the level of 381.4 m. PLN and signify sales dynamics at the level of 106.5 % compared to that of 2004. Sales figures, according to IFRS standards, were reduced by the amount of fringe benefits payout.

The fastest increasing sales group, are the fillers and water-diluent paints. It is caused by the growth of the Group, and the establishment of new priorities in marketing strategy and the expansion of the assortment of sold products whose productions are often localised in units of the Śnieżka Group. The Group reached a good result in the sales of solvent products. The Group reached an increase of 4% in this group for example due to its enrichment with new products and the continuous improvement of the current ones.

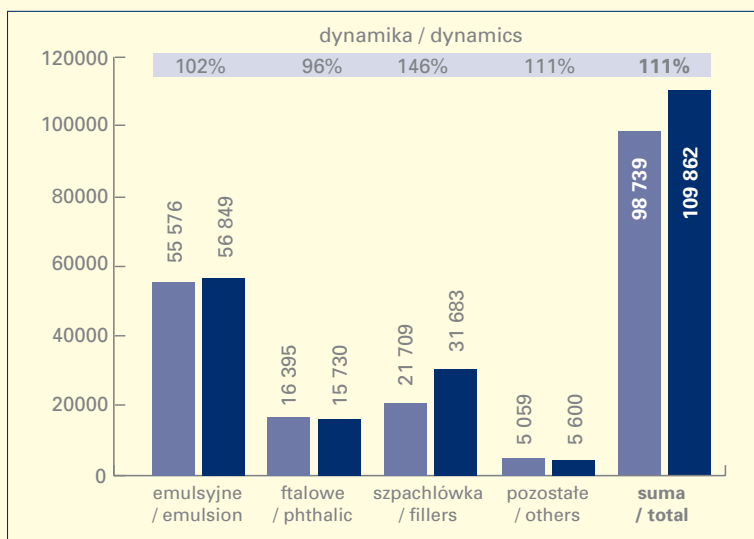
Sales dynamics of Śnieżka-Ukraine in Jaworów seems to be worth separate presentation. The income of the company for 12 months of 2005 exceeded 78 m. UAH that meant over 11 m. UAH of net profit. Competently conducted trade policy and care for a very good, previously created Śnieżka brand and well-aimed promotions and a significant flexibility of shipment played an important role.

Since 2000, the company has been developing dynamically. The results of this are its high position among Ukrainian paint producers. The dynamics of sales figures still shows an increasing tendency and in 2005 Śnieżka-Ukraine reached a significant, almost 35% of sales figures altogether in relation to the previous year.

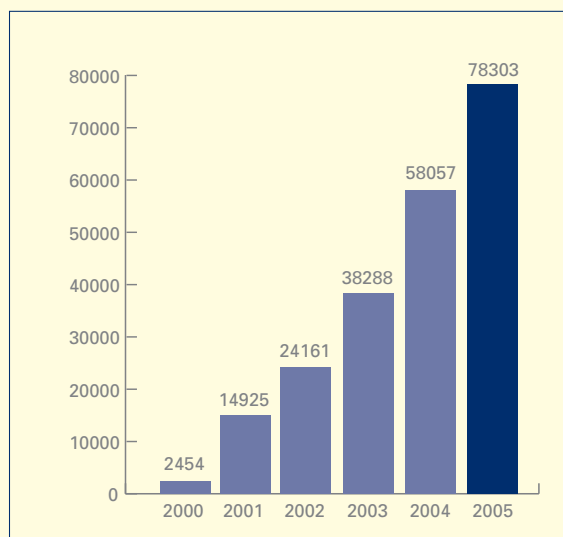
Sprzedaż wyrobów wg głównych grup asortymentowych w tys. zł  
 Sales of products by main assortments groups in PLN thou.  
 ■ 2004 ■ 2005



Sprzedaż wyrobów wg głównych grup asortymentowych w tys. litrów (lub kg)  
 Sales of products by main assortments groups in thou. litres (or kg)  
 ■ 2004 ■ 2005



Wielkość sprzedaży Śnieżki-Ukraina w latach 2000 - 2005 w tys. UAH  
 Sales of Śnieżka-Ukraina in the years 2000 - 2005 in UAH thou.



## Sprzedaż eksportowa Grupy Kapitałowej

### Export sales of the Group

W 2005 roku sprzedaż eksportowa Grupy Śnieżka w zakresie wyrobów i towarów wyniosła 50,1 mln zł i była o 4,1 % wyższa niż w roku poprzednim. Szczególnie duży wpływ na niską dynamikę sprzedaży eksportowej miało przeniesienie produkcji kolejnych grup asortymentowych do Śnieżki - Ukraina. Istotne znaczenie zaczęła również spełniać Śnieżka BELPOL Sp. z o.o.

Wielkość globalna sprzedaży eksportowej w 2005 roku nieznacznie wzrosła z 50,1 mln zł do 51,1 mln zł, co daje dynamikę do roku poprzedniego 102 %. Udział sprzedaży eksportowej wyniósł 13,4% i był o 0,6% niższy niż w roku poprzednim. W 2005 roku dynamika sprzedaży eksportowej w poszczególnych grupach asortymentowych była bardzo zróżnicowana.

In 2005, exported sales of the Sniezka Group in the range of products and goods totalled 50.1 m. PLN and were by 4.1 % higher than in the previous year. Moving the production of particular assortment groups to Sniezka-Ukraine highly influenced the dynamics of export sales. In addition, Śnieżka BELPOL Sp. z o.o. started having a significant influence.

Global volume of export sales in 2005 slightly increased from 50.1 m. PLN to 51.1 m. PLN, which signifies the dynamics to the previous year 102 %. Export sales share totalled 13.4% and was by 0.6% lower than in the previous year. In 2005, the dynamics of export sales was very diverse in particular assortment groups.



Śnieżka

SUPERMAL  
EMALIA  
OLEJNO-FTALOWA

Eksport Grupy Kapitałowej Śnieżka w poszczególnych grupach rodzajowych (w tys. zł)<sup>1</sup>  
Exports of Śnieżka Capital Group in individual assortment groups (PLN thou.)<sup>1</sup>

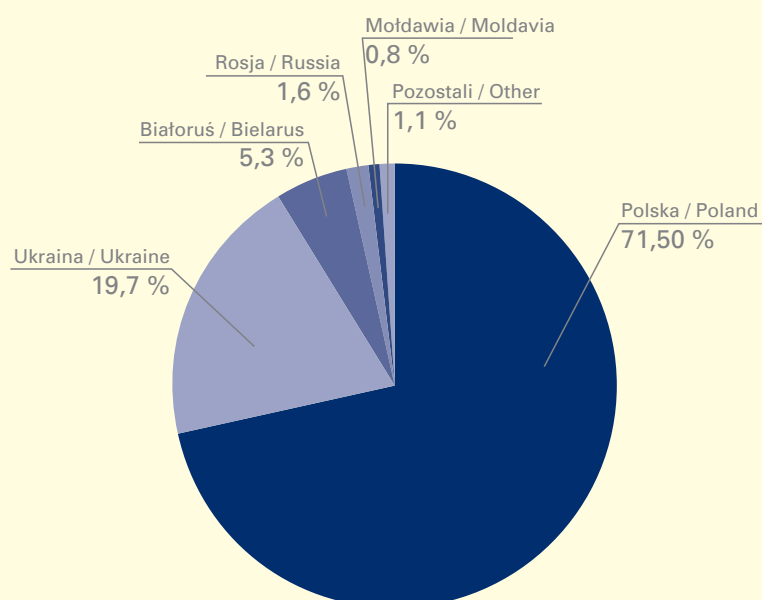
Wyszczególnienie / Specification	2004	2005	% wzrostu % growth
sprzedaż krajowa / domestic sales	308 138	330 313	7,2%
eksport, w tym / exports, including	50 122	51 093	1,9%
wyroby / products	40 762	41 615	2,1%
towary / goods	7 303	8 518	16,6%
materiały / materials	129	320	148,0%
usługi / services	1 928	640	- 66,8%
<b>sprzedaż ogółem / total sales</b>	<b>358 260</b>	<b>381 406</b>	<b>6,5%</b>

<sup>1</sup> Sprzedaż krajowa oznacza sumę sprzedaży Spółek grupy Kapitałowej na terenie kraju w którym mają siedzibę poszczególne Spółki z uwzględnieniem wyłączeń.

<sup>1</sup> Domestic sales mean the total sales of the Capital Group's Companies in the territory of the country where individual companies have their registered offices, while taking into consideration exclusions.

Natomiast bardzo korzystnie przedstawia się sprzedaż na rynkach zagranicznych przy zastosowaniu kryterium geograficznego opierającego się na lokalizacji geograficznej Klientów. W 2005 roku największą dynamikę zanotowano w sprzedaży za granicę do Rosji, Mołdawii oraz na Białoruś. Optymizmem napawa wzrost sprzedaży na rynku rosyjskim, który posiada ogromny potencjał. W zakresie eksportu optymistyczny jest również fakt, że w 2005 r. wyroby marki Śnieżka zostały wprowadzone na kolejne rynki Europy Środkowo-Wschodniej, takie jak rumuński i austriacki. Strukturę przychodów z podziałem na kraje przedstawia wykres poniżej.

Sales on overseas markets, when using geographical criterion based on geographical localisation of the Customers, seem to be very profitable. In 2005, the highest dynamics was reported in the overseas sales to Russia, Moldavia, and Belarus. Sales increased on the Russian market, which has a large potential, and instils optimism. In the area of export, it is also optimistic that in 2005, the products of Śnieżka brand were released on the following markets of Central-Eastern Europe, such as Romanian and Austrian. Income structure including division into the countries is presented below.



## Jakość Quality

Aby dostosować cały cykl produkcyjny do międzynarodowych standardów w 1999 roku w Spółce dominującej wdrożony został System Zapewnienia Jakości ISO 9001. Coroczne audyty przeprowadzane przez audytora firmy certyfikującej KEMA potwierdzają, że standardy planowania i realizacji procesów związanych ze spełnieniem wymagań produkowanych wyrobów są zgodne z obowiązującymi normami. Potwierdzeniem wysokiej jakości wyrobów są też osiągnięte wyniki sprzedaży i bardzo niskie współczynniki reklamacji nie przekraczające poziomu 0.02%.

W 2005 roku Spółka dominująca realizowała badania i prace związane z dostosowaniem parametrów aktualnie produkowanych wyrobów do wymogów prawodawstwa Unii Europejskiej. Między innymi rozpoczęto przegląd mający na celu sprawdzenie wyrobów Śnieżki pod względem zawartości VOC wg wymagań UE na 2007 i 2010 rok, jak również aktualizacji Polskich Norm i dostosowaniem ich do Norm Europejskich.

Ze względu na konieczność dostosowania się do wymagań UE w zakresie ograniczenia używania niektórych biocydów powłokowych zastąpiono je biocydami powłokowymi nowej generacji.

In order to adjust the whole production cycle to international standards, in 1999 Quality Insurance System ISO 9001 was implemented by the Holding company. Every year audits carried by an auditor of the certificating company KEMA confirm that the standards of planning and accomplishing the processes connected with fulfilling the requirements of produced products are in accordance with current norms. The reached sales results and very low factors of complaints not exceeding the level of 0.02%, and confirm high quality products.

In 2005, the Holding company was conducting research and development connected with adjusting parameters of currently produced products to the legislation requirements of the European Union. For example, an inspection was started, aimed at checking Śnieżka products in terms of the content of VOC in accordance with EU requirements for 2007 and 2010, but also updating of the Polish norms and adjusting them to the European norms.

Due to the obligation to adjust to EU requirements in the area of limitation of using certain coating biocides, they were replaced by coating biocides of a new generation.



Dla celów porównawczych prowadzone były badania wyrobów konkurencji znajdujących się na rynku, które zestawiano z wyrobami Śnieżki aktualnie produkowanymi i nowo wdrażanymi do produkcji. Wyniki tych badań potwierdzają wysokie walory użytkowe wyrobów Grupy Kapitałowej Śnieżka.

Prowadzono prace służące wdrożeniu do produkcji nowych wyrobów oraz jednocześnie prowadzono prace nad udoskonalaniem praktycznie wszystkich wyrobów produkowanych w zakładzie. Osiągane dobre parametry wyrobów Grupy Kapitałowej Śnieżka były potwierdzane przez Instytut Techniki Budowlanej, który wydaje Aprobaty Techniczne na nowe wyroby, a także: Instytut Badawczy Dróg i Mostów w Warszawie, Oddział Zamiejscowy Instytutu Przemysłu Tworzyw i Farb w Gliwicach oraz Instytut Technologii Drewna w Poznaniu, które przeprowadzają badania wyrobów Grupy Kapitałowej Śnieżka niemożliwe do wykonania w laboratorium zakładowym. Realizowane badania mają na celu nie tylko zapewnienie wysokiej jakości wyrobów przy równoczesnym możliwym obniżeniu kosztów ich wytwarzania, lecz także zagwarantowanie pełnego bezpieczeństwa i ochrony środowiska naturalnego w trakcie ich stosowania.

For the comparison purposes, there were researches of competitive products being on the market that were compared with the Śnieżka products currently produced and implemented to the production. Results of the researches confirm high functional advantages of Śnieżka Group products.

Development aimed at the implementation of new products to the production and simultaneous developments concerning the improvement of practically all the products produced in the Company were conducted. The accomplished good parameters of the Śnieżka Groups products were confirmed by the Building Technology Institute, which gives Technical Approvals for new products and also: Roads and Bridges Researching Institute in Warsaw, out-of-towner Branch of Institute of Plastics and Paints Industry in Gliwice and Wood Technology Institute in Poznań which conducts research for the Śnieżka Groups products impossible to be conducted in the company laboratory. Conducted research not only aims at assuring a high quality of products while simultaneously making it possible to reduce the manufacturing costs, but also guaranteeing complete safety and protection of natural environment during their usage.

# Ochrona środowiska

## Environment protection

Działalność produkcyjna Grupy Kapitałowej nieodłącznie związana jest z korzystaniem ze środowiska w kilku jego zakresach. Przy prowadzonej produkcji następuje emisja zanieczyszczeń do środowiska, za które wnoszone są kwartalne opłaty. Emisje te nie powodują przekroczeń dopuszczalnych stężeń, ustalonych odpowiednimi decyzjami urzędowymi.

Prawo Unii Europejskiej, wprowadziło szereg zmian w polskim Prawie Ochrony Środowiska. Ograniczono korzystanie ze środowiska naturalnego głównie w zakresie odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych oraz wymogu czystości powietrza poprzez prace w kierunku technologii mało emisyjnej.

Spółka dominująca ŚNIEŻKA SA realizuje następujące obowiązki w zakresie ochrony środowiska :

- Wszystkie odpady przekazuje do wykorzystania lub utylizacji do firm posiadających uzgodniony sposób postępowania z przyjmowanymi odpadami z właściwym terytorialnie Wydziałem Ochrony Środowiska;
- Nie składowe odpadów, z wyłączeniem komunalnych, które podlegają segregacji;
- Prowadzi ewidencję wytwarzanych i przekazywanych odpadów w oparciu o zaktualizowane wymogi prawne;
- Wody opadowe odprowadzane są z podziałem na brudne, podczyszczane i czyste do ziemi;
- Prowadzi pomiary emisji substancji zanieczyszczających wprowadzanych do powietrza;
- Wnosi opłaty za korzystanie ze środowiska, tzn. za wprowadzanie gazów i pyłów do powietrza oraz za odprowadzanie deszczówki .

Spółki Grupy Kapitałowej mające swoje siedziby poza granicami kraju korzystają ze środowiska na zasadach oraz w zgodności z prawodawstwem w zakresie ochrony środowiska właściwym dla kraju na jakiego terytorium działają.

Production activity of the Group is inherently connected with using the environment in several areas. While production pollutants are emitted into the environment for which there are paid quarterly fees. These emissions do not exceed permissible concentration levels established by official decisions.

The European Union law introduced a number of changes into the Polish Environment Protection Law. It limited the use of the natural environment mainly in the area of packaging and waste recycling and demand for clean air by the developments aimed at less emission technology.

The Holding company ŚNIEŻKA SA fulfils the following duties in terms of environment protection:

- Transfers all waste for use or utilisation by the companies having arranged way of dealing with the received waste with the suitable territory Environment Protection Division;
- Does not dispose of waste excluding the council ones which are segregated;
- Keeps the evidence of manufactured and transmitted waste according to updated legal requirements;
- Carries away rain water into the soil, but also separates dirty partly cleaned and cleaned water;
- Takes measurements of the emission of pollutants released into the air;
- Pays the fees for using the environment, which means fees for sending gases and dust into the air and for carrying away rain water.

Companies of the Group having their registered offices overseas use the environment according to the rules and the law in terms of environment protection suitable for the country on whose territory they work.

## Rankingi, nagrody i wyróżnienia Rankings, prizes and awards

8 czerwca 2005 roku dziennik "Rzeczpospolita" przy współpracy z firmami Ernst&Young i ACNielsen Polska opublikował Ranking Najdroższych i Najsilniejszych Polskich Marek. W Rankingu Marek według ich wartości Śnieżka zajęła bardzo dobrą 57 lokatę, a co najistotniejsze uplasowała się najwyższej spośród producentów farb i lakierów. Ponadto marka Śnieżka wyceniona została na 89,3 mln zł, co daje wynik o 15 mln zł lepszy niż w roku 2004. Z opublikowanych zestawień wynika, że marka Śnieżka jest bardzo silnie obecna w świadomości konsumentów (10 miejsce).

Farby Śnieżki zajęły pierwsze miejsce w swojej kategorii i uzyskały ogólnopolskie **złote godło LAUR KONSUMENTA 2005**. Nagroda ta przyznawana jest przez Przegląd Gospodarczy - dodatek promocyjno-informacyjny do Gazety Prawnej - który pod opieką merytoryczną Instytutu Gallupa przeprowadził badania, na podstawie których wyłonił najpopularniejsze produkty na krajowym rynku. To, do kogo powędrowało godło, zostało rozstrzygnięte w oparciu o opinie konsumentów zweryfikowane ankietami. I właśnie konsumenci przyznali Śnieżce ponownie to wyróżnienie, gdyż w roku bieżącym Śnieżka również otrzymała **złoty LAUR KONSUMENTA 2006 r.**

FFiL Śnieżka SA zajęła 437 pozycję w "Liście 500 największych firm Rzeczpospolitej" w 2005r. Przypomnijmy, że w roku 2003 Śnieżka zamykała grupę 500 największych polskich przedsiębiorstw, a w roku 2004 Spółka zajmowała 449 miejsce.

On 8th June 2005, "Rzeczpospolita" daily in co-operation with the companies Ernst&Young and ACNielsen Poland published the Ranking of the Most Expensive and Strongest Polish Brands. In the Brands' Ranking according to their value Śnieżka came in a very good 57th place, and what is most important it took the highest place among paint and varnish producers. Moreover, the Śnieżka Brand was priced at 89.3 m. PLN, which gives the result at 15 m. PLN better than in 2004. Published lists show that Śnieżka brand is present in the customers' awareness (10th place).

Śnieżka paints took the first place in its category and received an all-Poland **gold logo of CONSUMER'S LAURELS 2005**. This award was awarded by "Przegląd Gospodarczy" - promotion and information supplement to "Gazeta Prawna" - which in substantive care of Gallup Institute conducted research based on which it selected the most popular products on the domestic market. The fact who should receive the logo was settled based on consumers' opinions verified by surveys. And that's just the consumers who granted Śnieżka this award again, as Śnieżka received **gold CONSUMER'S LAURELS 2006** this year too.

Śnieżka SA. took 437th place in "The list of 500 largest companies of Rzeczpospolita in Poland" in 2005. It should be reminded that in 2003 Śnieżka was at the end of the group of 500 largest Polish enterprises and in 2004, the Company was at 449th place.

Tygodnik Polityka w kwietniu 2006 ogłosił listę 500 największych przedsiębiorstw za 2005 rok biorąc za kryterium "przychody ogółem". FFIL Śnieżka S.A. ponownie znalazła się na tej liście awansując z 458 miejsca z roku poprzedniego na 420 w roku bieżącym czyli o 38 miejsc.

We wrześniu 2005 roku na seminarium zorganizowanym przez Polski Instytut Dyrektorów poświęconym zasadom ładu korporacyjnego (corporate governance), FFIL Śnieżka S.A. została wysoko oceniona przez specjalistów i znalazła się w gronie spółek uhonorowanych czterema gwiazdkami na maksymalnie pięć możliwych. Oznacza to, że w ocenie instytucji finansowych Śnieżka jest "przejrzysta" i stosuje wysokie standardy ładu korporacyjnego.

W czerwcu 2005 roku dziennik Super Nowości opublikował "Listę 100 największych przedsiębiorstw Podkarpacia w 2004 roku". FFIL Śnieżka SA znalazła się w czołówce ujętych w rankingu firm lokując się na 17 miejscu - co potwierdza mocną pozycję Spółki na rynku oraz jej znaczenie dla całego regionu. Wśród spółek Podkarpacia, których akcje są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, uszeregowanych według kapitalizacji na koniec roku 2004, Śnieżka zajęła 2 miejsce.

W rankingu Gazety Giełdy Parkiet - "Lista 500 największych przedsiębiorstw działających w Polsce", opracowanej przez Instytut Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk, FFIL Śnieżka S.A. zajęła 405 pozycję, wyprzedzając wiele znanych firm.

FFIL Śnieżka SA została laureatem nagrody "Gryf Powiatu Dębickiego" w kategorii produkcja. Konkurs zorganizowało Starostwo Powiatowe w Dębicy, przy współpracy z przedstawicielami organizacji przedsiębiorców, Powiatowego Urzędu Pracy oraz Zespołu Szkół Ekonomicznych w Dębicy.

"Polityka" weekly in April 2006 published the list of 500 largest enterprises for 2005 taking "general income" as a criterion. Again, Śnieżka SA was at the list rising from 458th place from the previous year to 420th of the current year that means by 38 places.

In September 2005 on a seminar concerning the rules of corporate order (corporate governance) organised by Polish Institute of Directors Śnieżka S.A was highly assessed by the specialists and became one of the companies which were honoured with four stars out of five maximally possible. It means that in the assessment of financial institutions Śnieżka is "transparent" and uses high standards of corporate order.

In June 2005, "Super Nowości" daily published "The list of 100 largest enterprises of Podkarpacie in 2004". Śnieżka SA. was at the top of the companies presented in the ranking taking 17th place - which confirms a strong position of the Company on the market and its importance for the whole region. Among the companies of Podkarpacie, whose shares are listed at the Warsaw Stock Exchange, put in order according to the capitalization at the end of 2004, Śnieżka took 2nd place.

In the ranking of "Gazeta Giełdy Parkiet" - "The list of 500 largest enterprises in Poland", prepared by Economy Institute of Polish Academy of Science, Śnieżka SA took 405th place outstripping many popular companies.

Śnieżka SA became the winner of "Griffin of Dębica County" award in the production category. The competition was organised by the county authorities in Dębica in cooperation with the representatives of enterprise organisations, County Work Office and Economy School Complex in Dębica.



## Wyniki finansowe Financial results

W 2005 roku Grupa kapitałowa Śnieżka S.A. odnotowała 6,5% wzrost przychodów. Z uwagi na wzrost kosztów własnych o 3,4% grupa uzyskała wzrost zysku brutto ze sprzedaży o 14 138 tys. zł. Największy udział % miał w tym podmiot dominujący (78%) a drugą firmą pod względem wielkości osiągniętego zysku ze sprzedaży brutto była Śnieżka Sp. z o.o. w Jaworowie z Ukrainy o 14% udziale. Grupa Kapitałowa Śnieżka uzyskała bardzo dobry zysk z działalności operacyjnej w wysokości 42 133 tys. zł co daje 32,1% dynamikę do roku ubiegłego.

W rezultacie zaistniałych zdarzeń grupa wygenerowała zysk brutto w wysokości 40 473 tys. zł. W analizowanym okresie wszystkie spółki grupy uzyskały zysk podatkowy, jedynie Fabryka Farb i Lakierów Proszkowych Sp. z o.o. swą działalność w roku 2005 zakończyła stratą brutto w wysokości 665 tys. zł.

Zysk brutto został zmniejszony podatkiem dochodowym o średniej skali 21,1%. Ponad 5 % wzrost skali podatku dochodowego wynika z faktu, iż w marcu br. Rozporządzeniem Prezydenta Ukrainy zniesiono ulgi inwestycyjne w wolnych strefach ekonomicznych co spowodowało konieczność uiszczania od początku bieżącego roku przez spółkę zależną - Śnieżkę Ukraina w Jaworowie podatku dochodowego o skali 25%. To spowodowało, iż powyższa Spółka zmuszona była naliczyć w 2005 roku ponad 2 570 tys. zł podatku dochodowego, którego Grupa nie uwzględniała w swoich planach. Jednocześnie z tytułu powstania i odwrócenia przejściowych różnic między wartością rachunkową aktywów i pasywów a ich wartością podatkową powstał odroczony podatek dochodowy, który również wpłynął na wynik netto. W efekcie grupa uzyskała zysk netto w wysokości 31 903 tys. zł co daje 0,7% dynamikę w porównaniu do roku ubiegłego. Wzrosła również wartość księgową i wynik finansowy na jedną akcję, więc osiągnięte wyniki jak i ogólna sytuacja finansowa grupy są bardzo dobre.

In 2005, the Śnieżka Group reported a 6.5% income increase. Due to the increase of prime costs by 3.4%, the group increased the profit before tax on sales by 14 138 thousand PLN. The dominating company had the highest share in it (78%) and Śnieżka Sp. z o.o. in Jaworów in Ukraine having the share of 14% was the second company in terms of the value of reached the gross income on sales. Śnieżka Group reached a very good operating profit for 42 133 thousand PLN which means 32.1% dynamics to the compare of the previous year.

Because of the events having taken place, the group generated profit before tax for 40 473 thousand PLN. In the analysed period the entire group's companies reached tax profit, only Factory of Powder Paints and Varnishes Sp. z o.o. finished its activity in 2005 with gross loss for 665 thousand PLN.

Profit before tax decreased by income tax of an average scale 21.1%. Over 5% increase in income tax scale results from the fact that in March of the current year investment concessions in free economic spheres were abolished by the Directive of Ukrainian President that caused the obligation of the subsidiary - Śnieżka Ukraine in Jaworów to pay the tax of 25% scale from the beginning of the current year. It caused that the hereinabove company was obliged to calculate in 2005 over 2 570 thousand PLN of tax which was not considered in the group's plans. At the same time due to setting and turning the temporary differences between accounting value of assets and liabilities and their tax value, deferred tax, which also influenced net profit, was created. Because of this, the group reached net profit for 31 903 thousand PLN which means 0.7% dynamics to the compare of the previous year. In addition, the book value and financial result per one share increased, so the achieved results and general financial situation of the group are very good.

W 2005 roku skonsolidowana suma bilansowa grupy kapitałowej zwiększyła się o 10,5%. Największy udział w skonsolidowanej sumie bilansowej miała FFIL Śnieżka S.A., której suma bilansowa stanowi 83,3% skonsolidowanej sumy. Udział ten jest mniejszy od ubiegłorocznego o 3,4%. Drugą spółką o największym % udziale w skonsolidowanej sumie bilansowej jest Śnieżka Ukraine Sp. z o. o. w Jaworowie. Skonsolidowane aktywa netto w stosunku do 2004 roku zwiększyły się o 28.135 tys zł.

Zmiana stanu kapitałów wynosi 28 136 tys zł, zanotowano więc wzrost o 18,3% w tym:

- kapitał zapasowy wzrósł o 32 495 tys zł
- kapitały mniejszości wzrósł o 5 063 tys zł
- niepodzielony wynik finansowy wzrósł o 3 890 tys zł

In 2005, the consolidated balance total of the group increased by 10.5%. Śnieżka SA, whose balance total is 83.3% of the consolidated total, had the biggest share in consolidated balance total. The share is lower by 3.4% than the one from the previous year. Śnieżka Ukraine Sp z o.o. in Jaworów is the second company having the biggest percentage share in the consolidated balance total. Consolidated net assets increased by 28 135 thousand PLN to the compare of 2004.

Change of the capitals state amounts to 28 136 thousand PLN so the increase by 18.3% was reported, including:

- supplementary capital increased by 32 495 thousand PLN
- minority capitals increased by 5 063 thousand PLN
- undivided financial result increased by 3 890 thousand PLN

## Opinia niezależnego biegłego rewidenta

Dla Akcjonariuszy Fabryki Farb i Lakierów Śnieżka S.A.

Przeprowadziliśmy badanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej, w której jednostką dominującą jest Fabryka Farb i Lakierów "Śnieżka" S.A. (Spółka Dominująca) z siedzibą w Lubzinie 34a, sporządzonego zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości/Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej, obejmującego:

- skonsolidowany bilans sporządzony na dzień 31 grudnia 2005 roku, który po stronie aktywów i pasywów wykazuje sumę 241 022 tysiące złotych (słownie: dwieście czterdzieści jeden milionów dwadzieścia dwa tysiące złotych),
- skonsolidowany rachunek zysków i strat za okres od 1 stycznia 2005 roku do 31 grudnia 2005 roku wykazujący zysk netto w kwocie 31 903 tysiące złotych (słownie: trzydzieści jeden milionów dziewięćset trzy tysiące złotych),
- zestawienie zmian w skonsolidowanym kapitale własnym, wykazujące zwiększenie kapitału własnego w okresie od 1 stycznia 2005 roku do 31 grudnia 2005 roku o kwotę 28 136 tysięcy złotych (słownie: dwadzieścia osiem milionów sto trzydzieści sześć tysięcy złotych),
- skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych wykazujący zwiększenie stanu środków pieniężnych w okresie od 1 stycznia 2005 roku do 31 grudnia 2005 roku o kwotę 5 752 tysięcy złotych (słownie: pięć milionów siedemset pięćdziesiąt dwa tysiące złotych),
- dodatkowe informacje i objaśnienia.

Za sporządzenie i rzetelną prezentację skonsolidowanego sprawozdania finansowego, zgodnego z przyjętą polityką rachunkowości odpowiada Zarząd Spółki Dominującej. Obowiązki z tym związane obejmują: zaprojektowanie, wdrożenie i zapewnienie kontroli wewnętrznej związanej ze sporządzeniem i rzetelną prezentacją skonsolidowanych sprawozdań finansowych, dobór i zastosowanie odpowiedniej polityki rachunkowości oraz dokonywanie, uzasadnionych w danych okolicznościach, szacunków księgowych.

Naszym zadaniem było zbadanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego i wyrażenie opinii, na podstawie badania, czy sprawozdanie to jest we wszystkich istotnych aspektach rzetelne, prawidłowe i jasne.

Badanie załączonego skonsolidowanego sprawozdania finansowego przeprowadziliśmy stosownie do postanowień:

- przepisów rozdziału 7 Ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (tekst jednolity: Dz. U. z 2002 roku nr 76, poz. 694 z późniejszymi zmianami) (Ustawa),
- norm wykonywania zawodu biegłego rewidenta, wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów w Polsce.

Badanie to zaplanowaliśmy i przeprowadziliśmy w taki sposób, aby uzyskać wystarczającą pewność, że zbadane skonsolidowane sprawozdanie finansowe nie zawiera istotnych nieprawidłowości. Badanie polegało na sprawdzeniu - w dużym stopniu w sposób wrywkowy - dowodów i zapisów potwierdzających kwoty i informacje zawarte w zbadanym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym. Badanie polegało też na ocenie zastosowanych przez jednostki powiązane zasad (polityki) rachunkowości, znaczących szacunków przeprowadzonych przez Zarząd Spółki Dominującej, jak również ogólnej prezentacji skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Uważamy, że przeprowadzone przez nas badanie dostarczyło wystarczających podstaw do wyrażenia opinii o skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe oraz dane porównywalne zostały sporządzone na podstawie sprawozdań finansowych jednostki dominującej oraz spółek zależnych i stowarzyszonych z jednostką dominującą. Badaniu przez biegłego rewidenta poddano sprawozdanie finansowe jednostki dominującej za okres od 1 stycznia 2005 do 31 grudnia 2005 oraz sprawozdanie finansowe Farbud Sp. z o.o. i Śnieżka Ukraina Sp. z o.o. Sprawozdania finansowe innych spółek zależnych, które zostały objęte zgodnie z polityką Grupy Kapitałowej konsolidacją metodą pełną, nie podlegały obowiązkowi badania przez biegłego rewidenta i sprawozdania te nie zostały poddane badaniu przez biegłego rewidenta. Zsumowane dane wynikające ze sprawozdań finansowych spółek zależnych objętych konsolidacją za okres od 1 stycznia 2005 roku do 31 grudnia 2005 niepoddanych badaniu przez biegłego rewidenta obejmujące łączną sumę bilansową, łączne przychody netto ze sprzedaży produktów i towarów oraz operacji finansowych oraz łączne kapitały własne stanowią odpowiednio 5,97% skonsolidowanej sumy bilansowej, 6,43% skonsolidowanych przychodów netto ze sprzedaży produktów i towarów oraz operacji finansowych i 3,69% skonsolidowanych kapitałów własnych (po dokonaniu wyłączeń konsolidacyjnych).

Naszym zdaniem, z wyjątkiem skutków kwestii przedstawionych powyżej, zbadane skonsolidowane sprawozdanie finansowe, obejmujące dane liczbowe i objaśnienia słowne:

- przedstawia rzetelnie i jasno wszystkie informacje istotne dla oceny sytuacji majątkowej i finansowej Grupy Kapitałowej na dzień 31 grudnia 2005 roku, jak też jej wyniku finansowego za rok obrotowy od 1 stycznia 2005 roku do 31 grudnia 2005 roku, sporządzone zostało, we wszystkich istotnych aspektach prawidłowo, to jest zgodnie z zasadami (polityką) rachunkowości, wynikającymi z Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej oraz związanych z nimi interpretacji ogłoszonych w formie rozporządzeń Komisji Europejskiej, a w zakresie nieuregulowanym w tych Standardach - stosownie do wymogów Ustawy o rachunkowości i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych,
- jest zgodne z wpływającymi na treść skonsolidowanego sprawozdania finansowego przepisami prawa.

Nie zgłaszając dalszych zastrzeżeń do prawidłowości i rzetelności zbadanego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, zwracamy uwagę na poniższe kwestie:

- załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2005 roku jest pierwszym pełnym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym sporządzonym przez Grupę Kapitałową zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości/Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF). Zarząd Spółki Dominującej zapewnił porównywalność danych za poprzedni rok obrotowy, które zostały ujawnione w tym sprawozdaniu po raz pierwszy. W nocy 37 Zarząd Spółki Dominującej przedstawił uzgodnienie kapitału własnego wykazywanego zgodnie z wcześniej stosowanymi w Polsce zasadami rachunkowości z kapitałem własnym wykazywanym zgodnie z MSSF na dzień przejścia na MSSF oraz uzgodnienie kapitału własnego na dzień zakończenia ostatniego okresu i wyniku finansowego za ten okres prezentowanych w ostatnim rocznym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, sporządzonym zgodnie z wcześniej stosowanymi w Polsce zasadami rachunkowości.
- skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej obejmuje dane finansowe dwóch spółek zależnych, których sprawozdania finansowe były badane przez biegłych rewidentów działających w imieniu innych podmiotów uprawnionych. Skumulowana wielkość sum bilansowych, przed wyłączeniami konsolidacyjnymi, tych wspomnianych wyżej spółek stanowi 15% sumy bilansowej skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej bez dokonywania wyłączeń konsolidacyjnych.

Zapoznaliśmy się ze sporządzonym przez Zarząd Spółki Dominującej sprawozdaniem z działalności Grupy Kapitałowej za okres od 1 stycznia 2005 roku do 31 grudnia 2005 roku. Naszym zdaniem, sprawozdanie to spełnia istotne wymogi art. 49 ust. 2 Ustawy o rachunkowości oraz przepisów Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 października 2005 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych. Zawarte w tym sprawozdaniu z działalności kwoty i informacje pochodzące ze zbadanego przez nas skonsolidowanego sprawozdania finansowego są z nim zgodne.

Jan Letkiewicz  
Biegły Rewident  
Nr 9530/7106

Cecylia Pol  
Prezes Zarządu  
HLB Frąckowiak i Wspólnicy Sp. z o.o.,  
Poznań, pl. Wiosny Ludów 2  
podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych,  
wpisany na listę podmiotów uprawnionych do badania  
pod numerem 238  
Biegły Rewident nr 5282/782

*Poznań, dnia 26 kwietnia 2006 roku.*



## Report of an Independent Auditor

For Shareholders of the "Śnieżka" Factory of Paints and Varnishes Joint-Stock Company (Paint and Lacquer Company "Śnieżka" SA)

We have audited the enclosed consolidated financial statement of the Group in which the (Paint and Lacquer) Factory of Paints and Varnishes "Śnieżka" SA is the dominating unit (Holding Company) with the registered office in Lubzin 43a, drawn up according to International Accounting Standards/International Financial Reporting Standards, including:

- consolidated balance as of 31 December 2005 which shows the total of PLN 241 022 thousand (in words: two hundred forty one million twenty two thousand zlotys) on the side of assets and liabilities,
- consolidated profit and loss account for the period from 1 January 2005 to 31 December 2005 showed a net profit in the amount of PLN 31 903 thousand (in words: thirty one million nine hundred and three thousand zlotys),
- presentation of changes in consolidated own capital showed an increase in the capital in the period from 1 January 2005 to 31 December 2005 at the amount of PLN 28 136 thousand (in words: twenty eight million one hundred thirty six thousand zlotys),
- consolidated cash flow statement showed an increase of cash in hand in the period of 1 January 2005 to 31 December 2005 in the amount of PLN 5 752 thousand (in words: five million seven hundred fifty two thousand zlotys),
- additional information and explanations.

The Management Board of the Holding Company is responsible for drawing up and true presentation of consolidated financial statements, in accordance with the accepted accounting policy. The obligations connected with this include: projecting, implementing and ensuring internal control connected with drawing up and true presentation of consolidated financial statements, selection and application of a suitable accounting policy and book making estimations, substantiated in certain circumstances.

Our task was to audit the enclosed consolidated financial statement, and to express our opinion, on the basis of the audit, whether the statement is in all its aspects true, correct and clear.

We have audited the enclosed financial statement according to the resolutions:

- regulations of chapter 7 of Accounting law of 29 September 1994 (uniform text: Journal of Laws of 2002 No. 76, item 694 as amended) (Law),
- norms of being an auditor, issued by National Council of Auditors in Poland.

We planned and conducted this audit in such a way that we could be sure enough that the audited consolidated financial statement does not involve significant improprieties. The audit consisted in checking - in a random method to a large extent - the notes and recordings, confirming the amounts and information included in the audited consolidated financial statement. The audit also consisted in the assessment of, applied by the affiliated companies, accounting rules (policy), significant estimations conducted by the Management Board of the Holding Company, and also general presentation of consolidated financial statement. We believe that the audit conducted by us has given enough information to express the opinion about consolidated financial statement.

Consolidated financial statement and comparable data were drawn up on the basis of the financial statements of the dominating unit and subsidiaries and companies affiliated with the dominating unit. Auditor conducted the audit of the financial statement of the dominating unit for the period from 1 January 2005 to 31 December 2005, and the financial statement of Farbud Sp. z o.o. and Śnieżka Ukraine Sp. z o.o. Financial statements of other subsidiaries, which were subject to the complete method of consolidation according to the Group policy, were not liable to the duty of audit by an auditor and the statements were not audited by the auditor. Summed up data resulting from the financial statements of subsidiaries being subject to consolidation for the period from 1 January 2005 to 31 December 2005 and not audited by an auditor including balance sum total, total net income on sales of goods and products and financial operations and total own capitals are equivalent of 5.97% of consolidated balance sum, 6.43% of consolidated net income on sales of goods and products and financial operations and 3.69% of consolidated own capitals (after making consolidated exclusions).

In our opinion, excluding the results of the issues presented hereinabove, the audited consolidated financial statement, including numeric data and word explanations:

- presents truly and clearly all the information important for the assessment of the Group material and financial situation as of 31 December 2005, and also its financial result for the year from 1 January 2005 to 31 December 2005,
- was drawn up correctly in all significant aspects, that is according to the accounting rules (policy), resulting from International Accounting Standards, International Financial Reporting Standards and interpretations connected with them and published in the form of directives of the European Commission, and in terms not regulated by the Standards - according to the requirements of the Accounting law and executor provisions issued on its basis,
- is in accordance with the legal articles influencing the content of the consolidated financial statement.

Not having reported further improprieties concerning the correctness and truth of the audited consolidated financial statement, we are paying attention to the hereinafter issues:

- The enclosed consolidated financial statement for the year ended 31 December 2005 is the first complete consolidated financial statement drawn up by the Group according to International Accounting Standards/International Financial Reporting Standards (IFRS). Management Board of the Holding Company ensured comparability of the data for the previous year which were revealed in this statement for the first time. In the 37 note the Management Board of the Holding Company presented the arrangement of the own capital shown according to the accounting rules previously applied in Poland with the own capital shown according to IFRS for the day of transferring to IFRS and the arrangement of the own capital for the day of finishing the last period and the financial result for the period presented in the last annual consolidated financial statement, drawn up according to the accounting rules previously applied in Poland.
- Consolidated financial statement of the Group includes financial data of two subsidiaries whose financial statements were audited by the auditors working on behalf of other entitled units. Cumulated amount of balance sums, before consolidated exclusions, of the companies mentioned here in above signifies 15% of the balance sum of the Group consolidated financial statement without making consolidated exclusions.

We have become familiar with the statement of the Group drawn up by the Management Board of the Holding Company for the period from 1 January 2005 to 31 December 2005. In our opinion the financial statement fulfils the significant requirements of art 49 section 2 of the Accounting law and provisions of the Finance Minister Directive dated 19 October 2005 concerning the current and periodical information given by the issuers of securities. Amounts and information included in the statement coming from the financial statement audited by us are in accordance with it.

Jan Letkiewicz  
Auditor  
No. 9530/7106

Cecylia Pol  
President of the Management Board  
HLB Frąckowiak i Wspólnicy Sp. z o.o.,  
Poznań, pl. Wiosny Ludów 2  
unit entitled to audit financial statements,  
written on the list of the units entitled to audit with the following number 238  
Auditor No. 5282/782

*Poznań, dated 26 April 2006.*

**SKONSOLIDOWANY BILANS (na dzień 31.12.2005 r.)** 2005 2004  
**/ CONSOLIDATED BALANCE SHEET (as of 31.12.2005)**

**Aktywa/ Assets**

<b>AKTYWA TRWAŁE / FIXED ASSETS</b>	<b>117 563</b>	<b>100 992</b>
Wartości niematerialne / <i>Tangible assets</i>	846	355
Wartości firmy jednostek podporządkowanych / <i>Associated goodwill</i>	47	47
Rzeczowe aktywa trwałe / <i>Tangible fixed assets</i>	113 441	96 444
Nieruchomości inwestycyjne / <i>Investment property</i>	-	748
Długoterminowe aktywa finansowe: / <i>Long-term financial assets</i>	2 236	2 079
- inwestycyjne w jednostkach stowarzyszonych wyceniane metodą praw własności / <i>Investments in affiliated companies valued at property law method</i>	1 990	274
- inwestycyjne w jednostkach zależnych i współzależnych nieobjętych konsolidacją / <i>Investments in subsidiaries and co-subsidiaries not covered by consolidation</i>	229	1 002
- pozostałe inwestycje / <i>other investment</i>	17	803
Należności długoterminowe / <i>Long-term liabilities</i>	-	-
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego / <i>Assets for deferred tax</i>	993	1 319
<b>AKTYWA OBROTOWE / CURRENT ASSETS</b>	<b>122 544</b>	<b>117 224</b>
Zapasy / <i>Inventories</i>	41 535	43 136
Należność z tytułu dostaw i usług / <i>Receivables for the delivery of goods and services</i>	60 033	57 967
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego / <i>Receivables for the current tax</i>	1 050	493
Pozostałe należności krótkoterminowe / <i>Other short-term liabilities</i>	1 792	2 325
Pozostałe krótkoterminowe aktywa finansowe / <i>Other short-term financial assets</i>	37	900
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty / <i>Cash flows and their equivalents</i>	18 097	12 403
Aktywa trwałe zaklasyfikowane jako przeznaczone do sprzedaży / <i>Fixed assets classified as allocated for sale</i>	915	-
<b>Aktywa razem / Total Assets</b>	<b>241 022</b>	<b>218 216</b>

**Pasywa / Liabilities**

<b>KAPITAŁ WŁASNY / OWN CAPITAL</b>	<b>181 533</b>	<b>153 397</b>
<b>Kapitał własny przypadający akcjonariuszom/udziałowcom jednostki dominującej / <i>Own property attributable to the holding company shareholders</i></b>	<b>167 353</b>	<b>144 280</b>
Kapitał podstawowy / <i>Share capital</i>	14 200	14 200
Kapitał zapasowy / <i>Supplementary capital</i>	116 894	84 399
Kapitał z aktualizacji wyceny / <i>Revaluation capital</i>	43 541	43 541
Akcje/udziały własne / <i>Own shares/stock</i>	-	-
Kapitały rezerwowe / <i>Reserve capital</i>	-	14 379
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek podporządkowanych / <i>Exchange variance from conversions of associated companies</i>	(773)	(1 840)
Niepodzielony wynik finansowy / <i>Non-divided financial result</i>	(6 509)	(10 399)
<b>Kapitał mniejszościowy / <i>Minority capitals</i></b>	<b>14 180</b>	<b>9 117</b>
<b>Zobowiązania / <i>Liabilities</i></b>	<b>59 489</b>	<b>64 819</b>

<b>Zobowiązania długoterminowe / Long-term liabilities</b>	<b>5 684</b>	<b>9 304</b>
Długoterminowe kredyty i pożyczki / Long-term loans and credits	2 322	3 019
Pozostałe długoterminowe zobowiązania finansowe / Other long-term financial liabilities	707	4 909
Pozostałe zobowiązania długoterminowe / Other long-term liabilities	-	-
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego / Reserve for deferred tax	2 254	1 113
Rezerwy na zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych / Reserve for liabilities for work benefits	401	263
Pozostałe rezerwy długoterminowe / Other long-term reserve	-	-
<b>Zobowiązania krótkoterminowe / Short-term liabilities</b>	<b>53 805</b>	<b>55 515</b>
Krótkoterminowe kredyty i pożyczki / Short-term loans and credits	15 842	26 262
Pozostałe krótkoterminowe zobowiązania finansowe / Other short-term financial liabilities	4 079	3 051
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług / Liabilities for the delivery of goods and services	29 569	22 423
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego / Liabilities for the current tax	214	411
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe / Other short-term liabilities	3 905	3 208
Rezerwy krótkoterminowe / Short-term reserve	75	32
Rozliczenia międzyokresowe bierne / Accrued expenses	121	128
Zobowiązania związane z aktywami trwałymi zaklasyfikowanymi jako przeznaczone do sprzedaży / Liabilities connected with the fixed assets classified all allocated for sale	-	-
<b>Zobowiązania razem / Total liabilities</b>	<b>241 022</b>	<b>218 216</b>

**SKONSOLIDOWANY RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT (tys. zł)**  
**/ CONSOLIDATED PROFIT AND LOSS ACCOUNT (PLN thou.)**

	2005	2004
<b>Działalność kontynuowana / Continuing operations</b>		
<b>Przychody ze sprzedaży / Gross income</b>	<b>381 406</b>	<b>358 260</b>
- przychody ze sprzedaży produktów / <i>Income on the sale of product</i>	312 200	288 104
- przychody ze sprzedaży towarów / <i>Income on the sale of goods</i>	65 366	65 859
- przychody ze sprzedaży materiałów / <i>Income on the sale of materials</i>	3 840	4 297
<b>Koszt własny sprzedaży / Own cost of the sale</b>		
koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów / <i>Cost of sold products, services, goods and materials</i>	<b>271 212</b>	<b>262 204</b>
- koszt wytworzenia sprzedanych produktów / <i>Manufacturing cost of product sold</i>	207 034	194 621
- wartość sprzedanych towarów / <i>Value of goods sold</i>	60 617	63 444
- wartość sprzedanych materiałów / <i>Value of materials sold</i>	3 561	4 139
<b>Zysk (strata) brutto ze sprzedaży / Profit (loss) before taxation sales</b>	<b>110 194</b>	<b>96 056</b>
- koszty sprzedaży / <i>Cost of sales</i>	38 081	36 508
- koszty ogólne zarządu / <i>Overheads</i>	28 786	25 546
- pozostałe przychody operacyjne / <i>Other operating income</i>	927	2 468
- pozostałe koszty operacyjne / <i>Other operating expense</i>	2 121	4 576
<b>Zysk (strata) na działalności operacyjnej</b> <b>/ Net operating profit (loss)</b>	<b>42 133</b>	<b>31 894</b>
- przychody finansowe / <i>Financial income</i>	1 693	8 567
- koszty finansowe / <i>Financial expense</i>	3 926	3 223
- udział w zyskach (stratach) netto jednostek podporządkowanych wycenianych metodą praw własności / <i>Share in net profit (loss)</i> <i>of associated companies valued at property law method</i>	573	55
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem / Profit (loss) before taxation</b>	<b>40 473</b>	<b>37 293</b>
- podatek dochodowy / <i>Taxation</i>	8 570	5 626
<b>Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej</b> <b>/ Net profit (loss) from the continuing operations</b>	<b>31 903</b>	<b>31 667</b>
<b>Działalność zaniechana / Retained activity</b>		
- strata netto z działalności zaniechanej / <i>Net loss from the retained activity</i>	-	-
<b>Zysk (strata) netto / Net profit (loss)</b>	<b>31 903</b>	<b>31 667</b>
<b>Zysk (strata) netto, z tego przypadający</b> <b>/ Net profit (loss), attributable to:</b>	<b>31 903</b>	<b>31 667</b>
- akcjonariuszom podmiotu dominującego / <i>Holding company shareholders</i>	28 122	27 746
- akcjonariuszom mniejszościowym / <i>Minority shareholders</i>	3 781	3 921
<b>Zysk (strata) netto na jedną akcję zwykłą</b> <b>/ Net profit (loss) per ordinary share</b>		
<b>z działalność kontynuowanej / from the continued activity</b>		
- podstawowy / <i>basic</i>	1.98	1.95
- rozwodniony / <i>diluted</i>	1.77	1.74
<b>z działalność kontynuowanej i zaniechanej</b> <b>/ from the continued and retained activity</b>		
- podstawowy / <i>basic</i>	-	-
- rozwodniony / <i>diluted</i>	-	-

**SKONSOLIDOWANY RACHUNEK PRZEŁYWÓW ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH**  
**/ CONSOLIDATED CASH FLOW STATEMENT (THOUSAND PLN)**

2005 2004

**Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej**  
**/ Operating cash flow**

Zysk netto przed opodatkowaniem / <i>Net profit before taxation</i>	40 473	37 293
Korekty: / <i>Adjustments:</i>	7 411	(2 055)
Amortyzacja środków trwałych / <i>Depreciation of fixed assets</i>	8 311	8 653
Amortyzacja wartości niem. i prawnych / <i>Depreciation of intangible assets</i>	33	-
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości rzeczowych aktywów trwałych / <i>Valuation allowances for the loss of tangible fixed assets value</i>	-	-
(Zysk) strata na sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych / <i>(Profit) loss on the sales of tangible fixed assets</i>	20	(221)
(Zysk) strata na sprzedaży aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży / <i>(Profit) loss on the sales of financial assets available for sale</i>	-	-
Zyski (straty) z wycenionych nieruchomości inwestycyjnych według wartości godziwej / <i>Profits (losses) from the valuation of investment real property at fair value</i>	-	-
(Zyski) straty z tytułu zmiany wartości godziwej aktywów finansowych wykazanych wg wartości godziwej / <i>(Profits) losses for the change of fair value of financial assets reported according to fair value</i>	1 123	(5 640)
Różnice kursowe / <i>Exchange rate differences</i>	(1 249)	(5 623)
Odsetki niezapłacone / <i>Unpaid interests</i>	143	135
Udział w (zyskach) stratach jednostek stowarzyszonych / <i>Share in (profits) losses of affiliated companies</i>	(573)	(55)
Odpis ujemnej wartości firmy / <i>Allowance of negative goodwill</i>	-	-
Otrzymane odsetki / <i>Received interests</i>	(227)	(212)
Otrzymane diwidendy / <i>Received dividends</i>	(151)	(199)
Pozostałe korekty / <i>Other adjustments</i>	(19)	1 107
<b>Środki pieniężne z działalności operacyjnej przed uwzględnieniem zmiany w kapitale obrotowym / <i>Operating cash flows before considering in the working capital</i></b>	<b>47 885</b>	<b>35 239</b>
Zmiana stanu zapasów / <i>Movement in balance of inventory</i>	2 912	(12 643)
Zmiana stanu należności / <i>Movement in balance of receivables</i>	(77)	(5 756)
Zmiana stanu zobowiązań / <i>Movement in balance of liabilities</i>	6 772	2 644
Zmiana stanu rezerw / <i>Movement in balance of reserves</i>	187	22
Zmiana stanu rozliczeń międzyokresowych / <i>Movement in balance of accruals</i>	(40)	50
<b>Środki pieniężne wygenerowane w toku działalności operacyjnej</b> <b>/ <i>Operating cash flow</i></b>	<b>57 639</b>	<b>19 555</b>
Zapłacone odsetki / <i>Paid interests</i>	2 042	2 455
Zapłacony podatek dochodowy / <i>Paid tax</i>	(8 138)	(6 127)
<b>Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej / <i>Net operating cash flow</i></b>	<b>51 543</b>	<b>15 883</b>

**Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej**  
**/ Investment cash flow**

Wydatki na nabycie wartości niematerialnych / <i>Expenses for the purchase of intangible assets</i>	(823)	(311)
Wydatki ze sprzedaży wartości niematerialnych / <i>Income on the sale of intangible assets</i>	-	-
Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych / <i>Expenses for the purchase of fixed assets</i>	(25 679)	(30 890)
Wpływy ze sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych / <i>Income on the sale of fixed assets</i>	2 608	747
Wydatki na nabycie nieruchomości inwestycyjnych / <i>Expenses for the purchase of investment property</i>	-	(748)

Wpływy ze sprzedaży nieruchomości inwestycyjnych <i>/ Income on the sale of investment property</i>	-	-
Wydatki na nabycie aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży <i>/ Expenses for the purchase of financial assets available for sale</i>	-	(438)
Wpływy ze sprzedaży aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży <i>/ Income on the sale of financial assets available for sale</i>	-	-
Wydatki na nabycie aktywów finansowych przeznaczonych do obrotu <i>/ Expenses for the purchase of financial assets available for turnover</i>	(7 437)	(1 984)
Wpływy ze sprzedaży aktywów finansowych przeznaczonych do obrotu <i>/ Income on the sale of financial assets available for turnover</i>	5 916	7 270
Wydatki na nabycie jednostek zależnych (pomniejszone o przyjęte środki pieniężne) <i>/ Expenses for the purchase of subsidiaries (reduced by acquired cash flows)</i>	(325)	(708)
Wpływy ze sprzedaży jednostek zależnych <i>/ Income on the sale of subsidiaries</i>	-	101
Wpływy z otrzymanych dotacji rządowych <i>/ Income on received government subsidies</i>	-	-
Pożyczki udzielone <i>/ Loans given</i>	(38)	(2 973)
Otrzymane spłaty pożyczek udzielonych <i>/ Received repayments of the loans given</i>	4 018	-
Otrzymane odsetki <i>/ Received interests</i>	57	194
Otrzymane dywidendy <i>/ Received dividends</i>	151	(497)
<b>Środki pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej</b> <i>/ Used up net investment cash flow</i>	<b>(21 553)</b>	<b>(30 236)</b>

#### **Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej** */ Financial transaction cash flow*

Wpływy netto z tytułu emisji akcji <i>/ Net income on issuance of own shares</i>	886	330
Nabycie akcji własnych <i>/ Purchase of own shares</i>	-	-
Wpływy z tytułu emisji dłużnych papierów wartościowych <i>/ Income on the issuance of debt securities</i>	-	-
Wykup dłużnych papierów wartościowych <i>/ Debt securities buyout</i>	-	(63)
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytów i pożyczek <i>/ Income on borrowed credits and loans</i>	2 805	23 264
Spłaty kredytów i pożyczek <i>/ Repayments of credits and loans</i>	(15 568)	(37 940)
Spłata zobowiązań z tytułu leasingu finansowego <i>/ Repayment of liabilities for financial leasing</i>	(2 081)	(2 523)
Inne wpływy - różnice kursowe <i>/ Other income - exchange rate differences</i>	-	-
Odsetki <i>/ Interests</i>	(2 685)	(2 774)
Inne wydatki - różnice kursowe <i>/ Other expenses - exchange rate differences</i>	-	-
Diwidendy wypłacone <i>/ Paid dividends</i>	(7 595)	(5 784)
<b>Środki pieniężne netto z działalności finansowej</b> <i>/ Net financial transaction cash flows</i>	<b>(24 238)</b>	<b>(25 489)</b>
<b>Zwiększenie (zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów</b> <i>/ Net increase (decrease) of cash flows and cash flows equivalents</i>	<b>5 752</b>	<b>(39 842)</b>
<b>Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu</b> <i>/ Opening cash flows and their equivalents position</i>	<b>12 403</b>	<b>52 699</b>
Zmiana stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów z tytułu różnic kursowych <i>/ Movement in balance of cash flows and their equivalents for exchange rate differences</i>	-	(464)
Różnice kursowe <i>/ Exchange rate differences</i>	(57)	10
<b>Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu</b> <i>/ Year end cash flows and their equivalents position</i>	<b>18 097</b>	<b>12 403</b>

**FFiL ŚNIEŻKA SA**  
39-102 LUBZINA 34a

Oddział Handlowy:  
39-207 Brzeźnica 18

tel. [+48 14] 681 11 11  
fax [+48 14] 682 22 22

[www.sniezka.pl](http://www.sniezka.pl)