

Informacja prasowa

Selena odnotowała 28 mln zł zysku po 3 kwartałach 2010

Grupa osiągnęła narastająco po 3 kwartałach 2010 roku przychody ze sprzedaży w wysokości 652,1 mln zł, co oznacza wzrost o 36% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Zysk netto wyniósł 27,8 mln zł przy rentowności 4,3%, zaś zysk operacyjny ukształtował się na poziomie 34,5 mln zł.

Takie wyniki oznaczają, że Grupa Selena już **we wrześniu 2010 roku przekroczyła przychody ze sprzedaży za rok 2009** (652,1 mln zł po trzech kwartałach 2010 roku wobec 650 mln zł za cały rok 2009). Zwiększenie przychodów oraz zysku jest efektem konsekwentnie realizowanej strategii ekspansji geograficznej oraz rozwoju nowych grup produktowych. Na wzrost przychodów o kwotę 167,4 mln zł w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego złożyły się głównie: **konsolidacja wyników nowo nabytych spółek** – producenta materiałów dachowych Izolacja - Matizol z Gorlic i hiszpańskiej Quilosa będącej liderem na iberijskim rynku uszczelniaczy i klejów – oraz **organiczny rozwój sprzedaży** w Polsce, Europie Wschodniej i Brazylii.

Grupa Selena osiągnęła **najwyższą w swojej historii sprzedaż na rynku krajowym w wysokości 225,6 mln zł**, co było m.in. efektem wprowadzenia do sprzedaży nowych produktów, takich jak dobrze przyjęte przez rynek uszczelniacze zaopatrzone w aplikator kątowy, czy pokrycia dachowe i gonty z oferty Matizolu. **Łącznie sprzedaż w Polsce stanowiła 35% przychodów Grupy**. Dzięki utrzymującej się na rynkach wschodnich wysokiej koniunkturze Selena odnotowała również znaczny **wzrost sprzedaży w Rosji, Kazachstanie oraz na Ukrainie**. **Blisko 30% wzrost sprzedaży w Brazylii** był wynikiem umocnienia marki Tytan Professional oraz rozwoju nowego systemu dystrybucji bezpośredniej.

*„Umacnianie pozycji Seleny na rynkach wschodnich to jeden z kluczowych elementów naszej strategii. Zgodnie z modelem biznesowym Seleny, do Kazachstanu, Rosji czy na Ukrainę dostarczamy - za pośrednictwem naszych spółek handlowych – **ponad 200 produktów pod markami Tytan i Artelit**. Ich jakość jest oceniana bardzo wysoko przez naszych wschodnich partnerów handlowych. Potwierdzeniem tego jest nie tylko **konsekwentny wzrost sprzedaży w tym regionie**, ale także nagrody, które otrzymują nasze produkty. Przykładem jest tu np. Narodowy Znak Jakości ‘Godny Zaufania’, który otrzymała nasza kazachstańska spółka Selena CA L.L.P.”* – mówi **Krzysztof Domarecki**, prezes zarządu SELENA FM SA, spółki kierującej działalnością Grupy.

Trzeci kwartał jest tradycyjnie najlepszym okresem dla branży budowlanej, którą charakteryzuje silna sezonowość. Wzrost sprzedaży oraz dobre rezultaty finansowe Grupy Selena osiągnięte zostały pomimo niedoborów na rynkach surowców i dalszego wzrostu ich cen oraz umocnienia się złotówki. **W III kwartale 2010 roku Grupa Selena osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 284 mln zł, co oznacza wzrost o 26%** w stosunku do analogicznego okresu

Dodatkowych informacji udziela Państwu:

Eliza Misiecka, Joanna Kwiatkowska, Magdalena Kalisiewicz

GENESIS PR

(22) 327 1690, (601) 073-735

roku 2009. Zysk netto za kwartał wyniósł 12,9 mln zł (wobec 21,3 mln zł za III kwartał 2009 roku), a zysk z działalności operacyjnej w wysokości 25,1 mln zł był niższy o 28% wobec analogicznego okresu 2009 roku (34,7 mln zł). Spadek zysku w 3 kwartale 2010 względem 3 kwartału roku 2009 spowodowany był końcowym rozliczeniem akwizycji spółki Quilosa w kwocie 12.5 mln zł.

W trzecim kwartale 2010 roku Selena wdrożyła na rynki międzynarodowe szereg nowych produktów. Na rynek rosyjski, ukraiński i kazachstański wprowadzono cieszące się tam dużą popularnością kleje montażowe w kartuszach kartonowych. W Europie Centralnej i Wschodniej rozpoczęto sprzedaż klejów transparentnych oraz nowej linii uszczelniaczy **“Trwałość i Komfort”**, które charakteryzują się podwyższoną trwałością i wysokim komfortem aplikacji. Zgodnie ze strategią marketingową Grupy, która koncentruje się na promocji marki własnej, we wrześniu Selena wprowadziła na rynek włoski produkty swojej kluczowej marki Tytan Professional.

W roku 2011 Grupa Selena planuje dalszy wzrost przychodów ze sprzedaży. W celu obniżenia kosztów operacyjnych Zarząd Grupy kontynuować będzie programy optymalizacyjne oraz integracyjne mające zreorganizować procesy sprzedażowe i zapewnić pełne wykorzystanie globalnej sieci dystrybucji. **Pierwsze oszczędności pojawią się już w roku 2011, jednak pełen efekt synergii oczekiwany jest od roku 2012.** Jedną z inicjatyw jest optymalizacja struktury organizacyjno-finansowej Grupy, polegająca m.in. na konsolidacji Centrali Grupy, która zakończy się w roku 2011. **Jednocześnie planowane jest zwiększenie nakładów na działalność badawczą i rozwój nowych produktów, co wzmocni konkurencyjność Seleny w zakresie oferty i innowacji produktowych. Grupa podtrzymuje też plany dotyczące akwizycji w Azji i Europie Centralnej w celu umocnienia pozycji rynkowej w regionie.**