

**GRUPA FERRO W I KWARTALE 2010 – DYNAMICZNY WZROST
ZYSKU NETTO ORAZ UDZIAŁU SPRZEDAŻY ZAGRANICZNEJ
W PRZYCHODACH GRUPY**

**SPÓŁKA ZWIĘKSZYŁA SWOJE UDZIAŁY W POLSKIM RYNKU BATERII DO
17,49% I JEST OBECNIE DRUGIM RYNKOWYM GRACZEM**

Grupa FERRO, jeden z największych graczy na polskim rynku armatury oraz komponentów instalacji sanitarnych i grzewczych, wypracowała w I kwartale 2010 roku bardzo dobre wyniki finansowe. Przychody ze sprzedaży wyniosły 33,7 mln zł, zysk z działalności operacyjnej osiągnął poziom 4,9 mln zł, natomiast zysk netto 2,5 mln zł. Oznacza to, że przy zbliżonych do osiągniętych rok wcześniej przychodach spółka wypracowała zysk netto wyższy o blisko 178% w porównaniu do I kwartału 2009 roku.

Grupa systematycznie zwiększa udział sprzedaży zagranicznej w swoich przychodach - na koniec I kwartału 2010 roku wyniósł on 15,1%, w porównaniu do 12,5% na koniec 2009 roku.

Dzięki konsekwentnej realizacji strategii Spółka dynamicznie zwiększa swoje udziały w polskim rynku baterii. Na koniec 2009 roku jej udział wyniósł 17,49%¹ w stosunku do 13,13% w 2008 roku. Tym samym FERRO jest obecnie drugim graczem w tym segmencie rynkowym pod względem wielkości sprzedaży.

¹ * wg wstępnego raportu BRG Consult

WYNIKI FINANSOWE - SZCZEGÓŁY

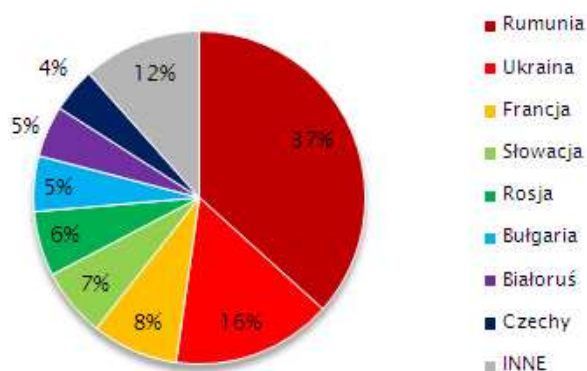
Szczegółowe wyniki finansowe Grupy FERRO w I kwartale 2010 roku przedstawia poniższa tabela:

| <i>dane w mln zł</i> | I kwartał 2010 | I kwartał 2009 | <i>zmiana</i> |
|---------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| Przychody ze sprzedaży | 33,7 | 34,4 | -2% |
| EBITDA | 5,1 | 4,3 | +18,6% |
| Zysk z działalności operacyjnej | 4,9 | 4,1 | +19,5% |
| Zysk netto | 2,5 | 0,9 | +177,8% |

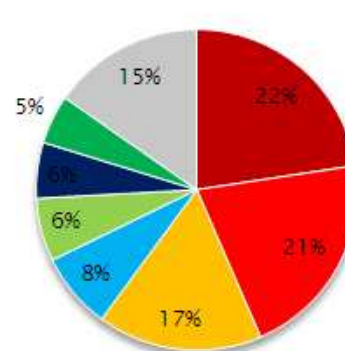
Grupa FERRO działa na rynku polskim oraz prowadzi sprzedaż na rynki zagraniczne. W I kwartale 2010 r. udział sprzedaży eksportowej w przychodach ogółem wyniósł 15,1%, co oznacza wzrost o 2,6 pp. w stosunku do roku 2009, kiedy udział ten kształtował się na poziomie 12,5%.

Krajami które mają obecnie największy udział w eksporcie produktów Grupy są: Rumunia, Ukraina, Francja, Bułgaria i Słowacja. Szczegółową strukturę sprzedaży eksportowanej przedstawiają poniższe wykresy.

Struktura eksportu w 2009 roku



Struktura eksportu w 1Q 2010



Sprzedaż krajowa Grupy FERRO prowadzona jest za pośrednictwem dwóch kanałów – tradycyjnego oraz sieci sklepów z wyposażeniem typu „dom i ogród”. Sprzedaż produktów pod markami własnymi Ferro i Weberman stanowiła w I kwartale 2010 roku około 80-90% całkowitej sprzedaży Grupy.

STRATEGIA ROZWOJU

Strategia Grupy zakłada systematyczne zwiększanie udziałów rynkowych w Polsce oraz intensyfikację sprzedaży eksportowej na wybranych rynkach europejskich. Strategia będzie realizowana przede wszystkim poprzez następujące działania:

Rozwój i wzrost efektywności działalności podstawowej

- Systematyczne zwiększanie udziałów rynkowych w Polsce, poprzez:
 - Intensyfikację działań sprzedażowych w obrębie kluczowych segmentów (baterie, armatura przepływowa)
 - Wprowadzanie nowych produktów
 - Zwiększanie asortymentu produktów pod markami własnymi Ferro i Weberman
 - Wzmocnienie oferty baterii w klasie średniej i docelową koncentrację na produktach ze średniej półki cenowej
- Zwiększenie efektywności aktywów produkcyjnych

Zasięg geograficzny i rynki zbytu

- Intensyfikacja działań marketingowych i sprzedażowych na rynkach zagranicznych, w szczególności w Rumunii, na Ukrainie, Bułgarii, a także we Francji
- Rozszerzanie współpracy z podmiotami zewnętrznymi w celu poszerzenia kanałów dystrybucji Grupy
- Wsparcie relacji z kluczowymi klientami

„W I kwartale 2010 roku obserwowaliśmy już pierwsze oznaki ożywienia rynkowego. . Ciągłe nie był to okres bardzo dobry dla branży, jednak dzięki intensywnym działaniom sprzedażowym oraz koncentracji na głównych segmentach naszej działalności, czyli rynku

zaworów oraz baterii, udało nam się zrealizować blisko 178-proc. wzrost zysku netto. Zgodnie z założeniami naszej strategii, systematycznie zwiększamy naszą sprzedaż zagraniczną - jej udział w sprzedaży ogółem w I kwartale wyniósł 15,1%" – powiedziała Aneta Raczek, prezes Zarządu FERRO S.A.

„Ferro jest obecnie drugim co do wielkości graczem na rynku baterii w Polsce. Dzięki konsekwentnie realizowanej przez nas strategii możemy się pochwalić udziałem rynkowym na poziomie już blisko 18 proc., co oznacza, że pomimo trudnych warunków rynkowych w ciągu ubiegłego roku udało nam się zwiększyć nasz udział o ponad 4 punkty procentowe, co oznacza aż 32% wzrost w stosunku do poprzedniego roku” - dodała Aneta Raczek

Grupa FERRO – najważniejsze informacje

Grupa jest jednym z największych graczy na polskim rynku armatury oraz komponentów branży instalacji sanitarnych i grzewczych. Spółka zajmuje czołową pozycję na rynku sprzedaży zaworów oraz jest jednym z trzech największych rynkowych graczy w branży sprzedaży baterii, z udziałem w rynku wynoszącym w 2009 roku 17,49%*.

Przedmiotem działalności Grupy jest produkcja i sprzedaż armatury sanitarnej, instalacyjnej i grzewczej pod własnymi markami (Ferro, Weberman) oraz pod markami klientów Grupy. FERRO jest również przedstawicielem na rynku polskim znanych włoskich producentów Caleffi i Cimm. FERRO dostarcza również produkty pod markami własnymi swoich klientów. Sprzedaż produktów pod markami własnymi Ferro i Weberman stanowiła w I kwartale 2010 roku około 80-90% całkowitej sprzedaży Grupy.

Grupa działa na rynku polskim oraz prowadzi sprzedaż na rynkach zagranicznych, m.in. rumuńskim, ukraińskim, francuskim, bułgarskim i słowackim. W I kwartale 2010 r. udział sprzedaży eksportowej w przychodach ogółem wyniósł 15,1%. Sprzedaż krajowa prowadzona jest poprzez sieć dystrybutorów do krajowych hurtowni, sieci hurtowni, a także sieci marketów budowlanych.

Produkcja Grupy realizowana jest głównie w Chinach, poprzez spółkę Yuhuan AMG Just Valve Co Ltd., w której Ferro SA posiada 50% udziałów, oraz dodatkowo przez innych producentów w Chinach, Turcji, oraz Polsce. W Skawinie, gdzie mieści się siedziba Grupy, znajduje się centrum magazynowe i logistyczne.

Od 14 kwietnia 2010 roku Grupa Ferro jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

* wg wstępnego raportu BRG Consult

Więcej informacji o Grupie FERRO na www.ferro.pl