

Warszawa, 19 marca, 2010 r.

Szanowni Państwo,
Akcjonariusze CAM Media S.A.

Pozwalam sobie przedłożyć Państwu sprawozdanie roczne z działalności CAM Media S.A., za rok obrotowy 2009. Spółka rozwija się na dwóch obszarach rynku mediowego, czyli kategorii „out-of-home” oraz Internetu.

W okresie sprawozdawczym od 1 stycznia do 31 grudnia 2009 r. CAM MEDIA S.A. była reprezentowana przez Zarząd w osobach:

Krzysztof Przybyłowski – Prezes Zarządu,
Paweł Orłowski – Wiceprezes Zarządu,
Adam Michalewicz – Wiceprezes Zarządu.

Rok 2009 był bardzo trudnym rokiem w historii Spółki. Głównym tego powodem był globalny kryzys gospodarczy, który był bardzo wyraźnie odczuwany w gospodarce polskiej, a szczególnie w branży reklamowej.

Zjawiska kryzysowe spowodowały spadek wydatków reklamodawców na polskim rynku. Wydatki reklamowe w Polsce w 2009 roku w porównaniu do roku spadły o 11,4%. Przy czym spadek w wydatkach na reklamę zewnętrzną, która jest częścią kategorii „out-of-home” wyniósł aż 17,1%. Mimo tak trudnej sytuacji rynkowej wartość sprzedaży CAM Media osiągnęła wartość 41.013 tys. zł, co stanowi kwotę niższą od wartości sprzedaży w 2008 roku o 7,3%.

Ponadto, na spadek wydatków reklamowych niemalże natychmiast nałożyła się presja na spadek cen we wszystkich mediach, również w tych, oferowanych przez CAM Media S.A.

Z drugiej strony, Spółka miała bardzo ograniczone możliwości redukcji kosztów wynajmu powierzchni reklamowych. Głównym tego powodem był fakt, że wspomniane powierzchnie są wynajmowane w oparciu o długoterminowe umowy.

Jednym ze sposobów opierania się negatywnemu oddziaływaniu kryzysu gospodarczego była duża intensyfikacja działań w zakresie „New business”.

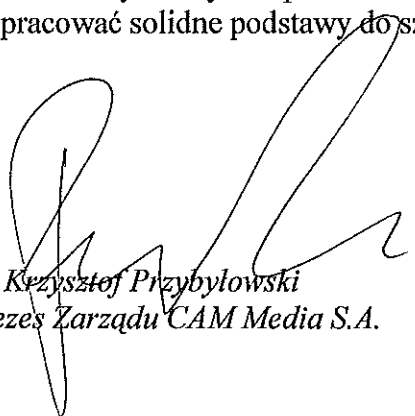
W jej wyniku pojawiły się dodatkowe, duże koszty, które przyniosą wymierne efekty finansowe dopiero w 2010 roku.

Rok 2009 to pierwszy rok funkcjonowania CAM Media jako grupy kapitałowej, w wyniku inwestycji w obszarze Internetu. W ciągu całego roku CAM Media S.A. przejęła kontrolę na trzema spółkami z tego segmentu rynkowego.

W lutym 2009 roku CAM Media S.A. objęła 50,5% udziałów w nowo-założonej Spółce z o.o. oraz odkupiła 50,6% udziałów od dotychczasowych właścicieli w kolejnej spółce Intelisoft Sp. z o.o. Natomiast w grudniu 2009 roku CAM Media zakupiła 55% udziałów w spółce Ad-vice Sp. z o.o., będącej internetową siecią reklamową.

Spadek marż na produktach Spółki, koszty niesprzedanych powierzchni reklamowych oraz zwiększone koszty „New business” silnie obciążyły wyniki finansowe Spółki. W okresie sprawozdawczym zysk brutto wyniósł 1.381 tys. zł., co oznacza jego spadek porównaniu do roku poprzedniego o 79,3%.

Rok 2009 był rokiem konsolidacji wewnętrznej Spółki i dopasowania się do nowych warunków rynkowych. Był to rok pracy na redukcją kosztów działania, bez narażania możliwości rozwoju Spółki. Mimo trudnych warunków rynkowych Spółce udało się wyjść z sytuacji obronną ręką oraz wypracować solidne podstawy do szybszego rozwoju w 2010 roku.



Dr Krzysztof Przybyłowski
Prezes Zarządu CAM Media S.A.