

**PISMO PREZESA ZARZĄDU DO AKCJONARIUSZY
ALMA MARKET SA**

Szanowni Państwo,

Zakończony 2009 rok ma dla nas dwa oblicza. Z jednej strony mogę być zadowolony, gdyż pomimo ogólnoswiatowego kryzysu gospodarczego i niesprzyjających warunków rynkowych udało nam się powiększyć sieć Delikatesów Alma o kolejne 6 obiektów i w moim przekonaniu zachować jeszcze spory potencjał do dalszego rozwoju. Z drugiej jednak strony muszę przyznać, że spółka poniosła najwyższą stratę netto w historii swojej działalności (49,9 mln zł) - co zmusza do refleksji i zdecydowanych działań poprawiających rentowność oraz przynajmniej czasowego spowolnienia realizacji nowych projektów inwestycyjnych, celem przywrócenia równowagi wskaźnikom ekonomicznym.

Alma Market SA od początku 2008 roku podwoiła liczbę posiadanych obiektów handlowych z 14 do 28, powiększając w tym czasie całkowitą powierzchnię swoich sklepów o 91% do 76 282 m². W tym okresie zatrudnienie w spółce wzrosło o 76% do 2 435 osób, roczne przychody ze sprzedaży wzrosły o 85% do 686 mln zł w 2009 roku. Jednocześnie koszty działalności operacyjnej które w 2007 roku wyniosły 90 mln zł wzrosły w 2009 roku do 194 mln zł, tj. o 115%.

Zestawienie tych ogólnych wielkości obrazuje przyczynę skumulowania słabych wyników finansowych netto spółki w 2009 roku. A mianowicie wartość obrotów rośnie systematycznie w miarę upływającego czasu, natomiast wszelkiego typu koszty stałe narastają skokowo wraz z otwieraniem nowych powierzchni handlowych. W rezultacie dynamika przyrostu kosztów wyprzedza dynamikę wzrostu sprzedaży, a w konsekwencji przyrastającą marżę zysku na realizowanej sprzedaży.

Negatywny wpływ na wynik z działalności i poniesioną stratę w 2009 roku miały więc przede wszystkim koszty ekspansji związane z szybkim zwiększaniem potencjału handlowego spółki w okresie ostatnich trzech lat. W wyniku takiego procesu inwestycyjnego skumulowała się w 2009 roku duża liczba obiektów funkcjonujących stosunkowo krótko, które nie mogły jeszcze wygenerować marży na sprzedaży przewyższającej stałe koszty operacyjne.

Dodatkowo w 2009 roku podjęliśmy decyzje o utworzeniu rezerw na koszty związane z brakiem możliwości dalszej realizacji części umów najmu oraz utworzeniu rezerw na inne poniesione koszty związane z inwestycjami których realizacja została ostatecznie wstrzymana, a których wartość stanowi 1/3 wykazanej przez spółkę straty.

W związku z wyhamowaniem procesu inwestycyjnego polegającego na otwieraniu nowych obiektów handlowych, a który to proces w początkowym okresie po uruchomieniu inwestycji negatywnie wpływa na wyniki finansowe spółki, w perspektywie kilku kwartałów spółka spodziewa się poprawić zdecydowanie rentowność prowadzonej działalności operacyjnej, a w konsekwencji swoje wyniki finansowe.

Mimo ograniczenia skali prowadzonych inwestycji, Spółce udało się wzmocnić swoją pozycję rynkową, zintensyfikować sprzedaż internetową za pośrednictwem Delikatesów Internetowych ALMA24. Jednocześnie ze względu na rosnący udział sprzedaży produktów FMCG, w tym żywności za pośrednictwem Internetu, możliwy jest dalszy dynamiczny wzrost i naszego udziału w tym perspektywnym segmencie rynku, a nawet osiągnięcie w niedalekiej przyszłości pozycji lidera rynkowego.

W 2009 roku spółce udało się wzmocnić pozycję lidera na rynku polskich delikatesów, oferując starannie wyselekcjonowany, szeroki wybór produktów unikatowych, w tym produktów rozwijanej i już bardzo docenianej marki własnej „Krakowski Kredens”, których asortyment nieustannie rozbudowujemy. Prowadzone były także intensywne i wielopłaszczyznowe działania reklamowe, których efektem jest wzrost świadomości i wzmocnienie wizerunku marki Alma w całej Polsce. Delikatesy Alma zostały docenione przez Konsumentów, o czym świadczą również prestiżowe nagrody zdobyte w 2009 roku takie jak tytuł „Superbrand” oraz „Market Roku”.

Mimo więc trudnego minionego roku, optymistycznie patrzymy w przyszłość i mamy nadzieję, że podjęte przez nas działania i konsekwentnie realizowana strategia rozwoju, już w 2010 roku pozwoli osiągnąć pozytywne wyniki nawet pomimo panującej niepewności co do ewentualnej poprawy sytuacji rynkowej.

Wierzę również w to, że inwestycje poczynione w ubiegłych latach i konsekwencja w realizacji zaplanowanych działań pozwolą nam cały czas powiększać i umacniać swoją pozycję najlepszych delikatesów w Polsce.

Na zakończenie pragnę podziękować za zaufanie z jakim spotykam się ze strony Państwa. Składam również podziękowania Radzie Nadzorczej za udzielone Zarządowi wsparcie w jego pracy.

Jednocześnie zapraszam do zapoznania się z przedstawionym sprawozdaniem finansowym i sprawozdaniem z działalności spółki oraz opinią i raportem biegłego rewidenta.

Z poważaniem,

Jerzy Mazgaj
Prezes Zarządu

Kraków, 15 marzec 2010 rok