

Warszawa, dnia 21 marca 2014 r.

Szanowni Państwo,
Akcjonariusze CAM Media S.A.

Pozwalam sobie przedłożyć Państwu skonsolidowane sprawozdanie roczne z działalności Grupy kapitałowej CAM Media S.A. za rok obrotowy 2013. W okresie sprawozdawczym od 01 stycznia do 31 grudnia 2013 roku Grupa kapitałowa CAM Media S.A. była reprezentowana przez Zarząd w osobach:

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

Grupa Kapitałowa CAM Media S.A. składa się obecnie z siedmiu podmiotów zależnych i stowarzyszonych z CAM Media S.A. Cztery z nich, Intelisoft Sp. z o.o., Ad Innovation Sp. z o.o., Ad-Vice Sp. z o.o. oraz Brand 24 S.A., prowadzą działalność w wysoce innowacyjnym i dynamicznie rozwijającym się segmencie Internetu, świadcząc klientom usługi reklamy standardowej, jak i niestandardowej na stronach internetowych, blogosferach, portalach społecznościowych. Oferowane produkty obejmują również innowacyjne rozwiązania programistyczne, wspierające kampanie reklamowe w świecie rzeczywistym oraz w Internecie. Pozostałe spółki, tj. Nextbike Polska Sp. z o.o., Media Power Sp. z o.o. oraz CAM Polski Outdoor Sp. z o.o., podobnie jak CAM Media S.A. działają w sektorach reklamy "out-of-home" oraz usług marketingowych.

W 2013 roku Grupa kapitałowa CAM Media S.A. odnotowała ponad 30% spadek przychodów ze sprzedaży w porównaniu do 2012 roku., które osiągnęły wartość prawie 41,5 mln zł. W konsekwencji tego zanotowała stratę nieznacznie przekraczającą kwotę 7,3 mln zł.

Złożyło się na to kilka czynników, ale najbardziej istotnym okazał się kryzys wizerunkowy podmiotu dominującego, czyli CAM Media S.A. Kryzys ten został wywołany przez serię bezpodstawnych oskarżeń, kierowanych pod adresem CAM Media S.A., W mojej ocenie ataki były inspirowane przez konkurencję a następnie wykorzystane przez opozycyjnych polityków jako narzędzie do ataków na rząd.

Działania czarnego PR, które były prowadzone przeciwko Spółce CAM Media S.A. od kwietnia do końca grudnia 2013 roku i spowodowały głęboki kryzys wizerunkowy Spółki CAM Media. Czarny PR i brutalna nagonka mediowa, których celem było powiązanie Spółki ze wszystkimi możliwymi aferami gospodarczymi w Polsce, łącznie z tak zwaną „info-aferą”, doprowadziły do tego, że w

CAM Media S.A.
ul. Tamka 16, lok. U4
00-349 Warszawa

tel.: +48 22 828 08 85
fax: +48 22 828 08 86

www.cammedia.pl
biuro@cammedia.pl

CAM Media Spółka Akcyjna, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000289126, NIP: 525-228-78-48, REGON: 015664139, Kapitał zakładowy: 728.450,00 zł.

spółka
notowana na
GPW

dniu 9 stycznia 2014 roku, podczas 58 posiedzenia Sejmu Minister Spraw Wewnętrznych Bartłomiej Sienkiewicz udzielił posłom informacji bieżącej odnośnie tzw. info–afery. Wysłuchawszy pytań posłów odnośnie rzekomych powiązań CAM Media SA z info–afere i zachowaniami korupcyjnymi Minister poinformował, że **posiadane przez rząd dane nie dają jakichkolwiek podstaw do przypisywania CAM Media SA prowadzenia działań korupcyjnych w urzędach publicznych.**

Mimo tak jednoznacznego stanowiska Ministra MSWiA, Spółka nadal była celem ataków wizerunkowych. Kres im położyły dopiero pozwy o ochronę wizerunku skierowane przez Zarząd CAM Media przeciwko dwom partiom politycznym oraz dwom posłom na Sejm RP, którzy w najbardziej agresywny sposób naruszały wizerunek CAM Media S.A.

Ponadto chciałbym podkreślić, iż według najlepszej wiedzy Zarządu CAM Media S.A. nikomu z członków Zarządu CAM Media S.A. ani jej pracowników nie zostały postawione jakiekolwiek zarzuty. Problemy wizerunkowe podmiotu dominującego nie miały wpływu na wyniki osiągane przez spółki zależne Grupy kapitałowej. Ich negatywne skutki niemalże w całości skoncentrowały się w Spółce CAM Media S.A.

Drugim istotnym czynnikiem wpływającym na ostateczny kształt wyników finansowych osiągniętych przez Spółkę w roku 2013 były zmienne makroekonomiczne. Rok 2013 okazał się bowiem kolejnym już rokiem kryzysu w branży reklamowej. Według domu mediowego ZenithOptimedia wydatki na outdoor w 2013 roku były w tym roku niższe o 11,2 proc., głównie za przyczyną zmniejszenia budżetów reklamodawców z branży telekomunikacyjnej. Spółki internetowe Grupy kapitałowej nie zrównoważyły niestety strat poniesionych przez podmiot dominujący, pomimo tego, że wzrost wydatków reklamowych w Internecie, szacowany był przez ZenithOptimedia na 7,3%.

Po krótkoterminowejwyżce obrotów w roku 2012 związanej z organizowanymi w Polsce i na Ukrainie mistrzostwami EURO 2012, rynek powrócił do stanu stagnacji. Wyraźnie uwidocznił się fakt kierowania coraz mniejszych budżetów marketingowych do podmiotów funkcjonujących na rynku reklamowym i to we wszystkich jego segmentach.

Spadek popytu na powierzchnie i usługi reklamowe wywołał dużą presję cenową, która bezpośrednio spowodowała relatywny wzrost kosztów sprzedaży produktów. Ponadto na wzrost tychże kosztów wpłynęła decyzja Zarządu zakończeniu kilku Projektów, prowadzonych w podmiocie dominującym, których kontynuacja nie dawała szans powodzenia w warunkach kryzysu wizerunkowego, w jakim Spółka funkcjonowała przez większość 2013 roku.

Walka ze skutkami kryzysu wizerunkowego spowodowała również istotny wzrost Kosztów ogólnego zarządu w podmiocie dominującym, poprzez wzrost wydatków na obsługę prawną, działania PR oraz konieczne do tego opracowania i analizy. Tę pozycję kosztową powiększają również wydatki Spółki na jej reorganizację, która ma wymiar procesowy oraz kosztowy. Oba te wymiary koncentrują się przede wszystkim na ich optymalizacji. Podstawowe założenia działań restrukturyzacyjnych to zwiększenie rentowności realizowanych projektów poprzez wdrożenie specjalnych procedur związanych procesem zakupu usług zewnętrznych, jak i reorganizacją

CAM Media S.A.
ul. Tamka 16, lok. U4
00-349 Warszawa

tel.: +48 22 828 08 85
fax: +48 22 828 08 86

www.cammedia.pl
biuro@cammedia.pl

CAM Media Spółka Akcyjna, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000289126, NIP: 525-228-78-48, REGON: 015664139, Kapitał zakładowy: 728.450,00 zł.

spółka
notowana na
GPW

procesów wewnętrznych związanych z samą realizacją projektów na rzecz klientów zewnętrznych.

Jednym w pierwszych wyników reorganizacji jest zmniejszenie zatrudnienia w Spółce CAM Media S.A. Projekt ten zakończył się w drugiej połowie roku, niemniej jednak jego efekty i oszczędności będą widoczne już w pierwszym kwartale roku 2014.

Równocześnie okres sprawozdawczy był czasem intensywnych inwestycji w zakresie działań, mających na celu pozyskanie nowych kontraktów w zakresie usług marketingowych oraz inwestycji w nowe produkty mediowe. Największą inwestycją był zakup 75% udziałów w Spółce Nextbike Polska Sp. z o.o. Spółka ta pozwala rozwijać kolejną, bardzo atrakcyjną niszę w segmencie reklamy zewnętrznej oraz usług marketingowych, powiększając w ten sposób istniejące synergie produktowe i sprzedażowe.

Grupa kapitałowa przetrwała głęboki kryzys wizerunkowy podmiotu dominującego, skonsolidowała się wewnętrznie i jest lepiej przygotowana do konkurencji w przyszłych latach. Spółki zależne kontynuują prace na nowych propozycjach dla Klientów i w kolejnych latach mogą już istotnie wpływać na wyniki finansowe, osiągnięte przez Grupę kapitałową CAM Media S.A.

Dr Krzysztof Przybyłowski
Prezes Zarządu CAM Media S.A.

CAM Media S.A.
ul. Tamka 16, lok. U4
00-349 Warszawa

tel.: +48 22 828 08 85
fax: +48 22 828 08 86

www.cammedia.pl
biuro@cammedia.pl

CAM Media Spółka Akcyjna, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000289126, NIP: 525-228-78-48, REGON: 015664139, Kapitał zakładowy: 728.450,00 zł.

spółka
notowana na
GPW