

PISMO PREZESA ZARZĄDU DO AKCJONARIUSZY ALMA MARKET SA

Szanowni Państwo,

Miniony rok upłynął pod znakiem ogólnoświatowego kryzysu gospodarczego, którego skutki odczuł sektor dóbr luksusowych ale również uważany za jeden z najmniej wrażliwych na spadek popytu sektor dóbr konsumpcyjnych szybko sprzedawalnych (FMCG). W tych segmentach generują swoją sprzedaż spółki Grupy Kapitałowej Alma Market SA, za wyjątkiem spółki Krakchemia SA.

Alma Market SA będąca spółką dominującą grupy kapitałowej, od początku 2008 roku podwoiła liczbę posiadanych obiektów handlowych z 14 do 28, zwiększając całkowitą powierzchnię swoich sklepów do 76 282 m² (wzrost o 91%).

Spółka zależna Krakowski Kredens Sp. z o.o., która swoją działalność rozpoczęła w 2007 roku, posiadała na koniec 2009 roku 28 funkcjonujących niezależnie placówek handlowych, a także 28 obiektów w koncepcie „shop-in-shop” w sieci Delikatesów Alma.

Paradise Group Sp. z o.o. będąca spółką zależną, która prowadzi sprzedaż odzieży luksusowej w Polsce takich marek jak Burberry, Church's, Emporio Armani, Ermenegildo Zegna, Hugo Boss, J.M. Weston i Kenzo, w 2009 roku ze względu na kryzys gospodarczy zatrzymała realizację wszelkich nowych salonów i zamknęła trzy swoje salony marki Max&Co.

Prowadzona strategia rozwoju przyczyniła się do wzrostu przychodów ze sprzedaży zrealizowanej przez grupę kapitałową, które w 2009 roku przekroczyły jeden miliard złotych i wyniosły 1,01 mld zł. Również w 2009 roku nastąpił wzrost wartości aktywów skonsolidowanych do wartości 724 mln zł, tj. o 18% w stosunku do końca 2008 roku.

Jednak sytuacja kryzysu ekonomicznego i związane z tym wolniejsze dochodzenie do rentowności inwestycji zapoczątkowanych w latach 2008-2009 nie pozostały bez wpływu na osiągnięte wyniki na wszystkich poziomach działalności Grupy Kapitałowej.

Ostatecznie 2009 rok został zamknięty największą skonsolidowaną stratą netto w historii działalności grupy kapitałowej, która to strata wyniosła 59 mln zł.

W związku z powyższym, mając na względzie niesprzyjające warunki rynkowe będące wynikiem globalnej recesji na rynkach światowych i znacznego pogorszenia koniunktury w gospodarce krajowej Zarządy Spółek grupy kapitałowej podjęły decyzje ograniczające pierwotne założone plany inwestycyjne.

Jednocześnie nastąpił znaczący wzrost koncentracji na zmianach zmierzających do poprawy efektywności prowadzonej działalności. Uwzględniając dodatkowo wyhamowanie procesu inwestycyjnego i związanych z nim dodatkowych kosztów ekspansji, w perspektywie kilku kwartałów grupa kapitałowa spodziewa się poprawić rentowność prowadzonej działalności operacyjnej, a w konsekwencji swoje wyniki finansowe.

Mimo ograniczenia skali prowadzonych inwestycji, Spółki należące do Grupy wzmocniły swe pozycje rynkowe i zwiększyły udziały w segmentach, w których prowadzą swoją działalność. Intensywnie rozwinęła się sprzedaż internetowa za pośrednictwem Delikatesów Internetowych ALMA24. Rozwój tego kanału sprzedaży przebiega zgodnie z założonym planem, co przy dynamicznie rozwijającym się rynku i rosnącym udziale sprzedaży produktów FMCG, w tym żywności za pośrednictwem Internetu, daje możliwość dynamicznego wzrostu udziału grupy Alma Market w tym perspektywnym segmencie rynku.

W 2009 roku Alma Market SA wzmocniła pozycję lidera na rynku polskich delikatesów, oferując starannie wyselekcjonowany, szeroki wybór produktów unikatowych. Prowadzone były 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”.

Pomimo kryzysu, rok 2009 dla spółki zależnej Krakowski Kredens Sp. z o.o. był bardzo udany. Spółka ta otworzyła jedenaście nowych lokalizacji handlowych o nazwie „Krakowski Kredens” i sieć liczy obecnie dwadzieścia osiem niezależnych placówek. Jednocześnie wszystkie obiekty Delikatesów Alma są zaopatrywane w produkty marki własnej z segmentu premium Krakowski Kredens. Spółka ta w 2009 roku zrealizowała obroty w wysokości 50 mln zł (wzrost o 77% w stosunku do 2008 roku) i zrealizowała zysk netto w kwocie 2 mln zł. W roku 2010 pomimo niezbyt pozytywnych prognoz, spółka planuje otworzyć kolejne punkty handlowe i zwiększyć sprzedaż o 30%, co powinno znacząco zwiększyć wysokość osiągniętego zysku netto w tej spółce.

Dla spółki zależnej Paradise Group Sp. z o.o. rok 2009 nie był udany. Spółka ze względu na dający się odczuć spadek popytu konsumpcyjnego Polaków, zatrzymała inwestycje i zamknęła trzy salony Max&Co oraz zdecydowanie zmniejszyła sprzedaż przy jednoczesnym drastycznym zaniżeniu marż, co w efekcie przełożyło się na poniesioną znaczną stratę netto. Poniesiona strata netto Paradise Group Sp. z o.o. w 2009 roku, miała znaczący udział w skonsolidowanej stracie netto grupy kapitałowej Alma Market SA. Jednak w 2010 roku spółka ta planuje zrealizować już zysk netto i w przypadku poprawy koniunktury gospodarczej i popytu na dobra luksusowe będzie przygotowana do kolejnych otwarć nowych markowych salonów.

Krakchemia SA jako spółka grupy, która działa w segmencie dystrybucji granulatów tworzyw sztucznych i folii opakowaniowych, pomimo znaczącego spadku cen i w rezultacie zmniejszenia wielkości sprzedaży w 2009 roku o 19% zrealizowała zysk netto w kwocie 2.2 mln zł (wzrost o 2%). Firma ta przewiduje w 2010 roku prowadzenie polityki dalszej ekspansji związanej z konsolidacją rynku dystrybucyjnego surowców tworzyw sztucznych oraz zwiększaniem udziału w sprzedaży folii opakowaniowej, co powinno przynieść jej zdecydowany wzrost zysku netto.

Alma Development Sp. z o.o. kontynuuje rozpoczęte jeszcze w roku 2008 inwestycje związane z zakupem lokali użytkowych w Krakowie i Warszawie, w których zlokalizowane zostaną Delikatesy ALMA. I jako spółka nieruchomościowa grupy kapitałowej wraz ze spółkami Kraków1-AM1 Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k. i Tarnów-AM1 Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k., które rozpoczęły działalność w 2009 roku nie wywierała istotnego wpływu na skonsolidowane wyniki netto grupy kapitałowej.

Mimo trudnego minionego roku, optymistycznie patrzymy w przyszłość i mamy nadzieję, że podjęte przez nas działania mające na celu elastyczne dopasowanie do zmieniających się sytuacji rynkowej, a także dalsze konsekwentne realizowanie strategii rozwoju, już w 2010 roku pozwoli osiągnąć skonsolidowany zysk netto, na poziomie pozwalającym na realizację w przyszłości nowych projektów inwestycyjnych, a także na szybki wzrost wartości całej grupy kapitałowej.

Na zakończenie pragnę podziękować za zaufanie i wsparcie z jakim często spotykam się ze strony Państwa i zapraszam do zapoznania się z przedstawionym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym i sprawozdaniem z działalności grupy oraz opinią i raportem biegłego rewidenta.

Z poważaniem,

Jerzy Mazgaj
Prezes Zarządu

Kraków, 15 marzec 2010 rok