

Warszawa, dnia 20 marca 2012 r.

Szanowni Państwo,  
Akcjonariusze CAM Media S.A.

Pozwalam sobie przedłożyć Państwu sprawozdanie roczne z działalności CAM Media S.A. za rok obrotowy 2011. Spółka zgodnie z obraną strategią rozwija się na dwóch kierunkach. Jednym z nich są media kategorii nazywanej „out-of-home”, obejmujące reklamę tak typu „outdoor” jak i „indoor”. Drugim kierunkiem rozwoju są usługi marketingowe.

W okresie sprawozdawczym od 01 stycznia do 31 grudnia 2011 roku CAM Media S.A. była reprezentowana przez Zarząd w osobach:

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

Rok 2011 był dla CAM Media S.A. kolejnym rokiem wdrażania nowej, trzyletniej strategii rozwoju całej Grupy. W jej ramach CAM Media rozwija produkty mediowe w sposób organiczny. Jednym z efektów tego procesu jest konsekwentny rozwój nowego działu, który zajmuje się budową i rozwojem ogólnopolskiej sieci nośników reklamowych typu „citylight”. Inwestycja w jego rozwój zaowocowała dynamicznym wzrostem sprzedaży w porównaniu z rokiem 2010. Jednocześnie jest to początek rozbudowy przez Spółkę własnej, niezależnej sieci nośników reklamowych wysokiej jakości. Jakość oferowanych nośników będzie umożliwiała podnoszenie rentowności oferowanych produktów reklamowych.

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. W ich wyniku realizowane były liczne projekty charakteryzujące się koniecznością poniesienia istotnych wydatków, ale w zamian dające duże doświadczenie, konieczne do eksploracji nowych nisz rynkowych.

Mimo niesprzyjających warunków makroekonomicznych wynikających przede wszystkim z kryzysu finansowego w krajach strefy EURO, Spółka w okresie sprawozdawczym utrzymała poziom przychodów ze sprzedaży, notując nawet minimalny wzrost o 0,99% w stosunku do roku 2010. Wartość przychodów w 2011 roku zamknęła się kwotą 56.794 tys. zł.

CAM MEDIA S.A. ul. Tamka 16/U4, 00-349 Warszawa	
tel. +48 22 828 08 85 fax +48 22 828 08 86	
www.cammedia.pl biuro@cammedia.pl	



Kryzysowe otoczenie prowadzonych działań powodowało olbrzymią presję na cenową ze strony Klientów, która przełożyła się na wyraźny spadek rentowności. Ponadto Spółka ponosiła znaczne koszty związane z rozwojem nowych produktów oraz przygotowaniem projektów, które z przyczyn niezależnych od nas nie zostały faktycznie zrealizowane lub czas ich realizacji został przesunięty na rok 2012. W efekcie tych zjawisk Spółka odnotowała na koniec roku stratę netto w wysokości 979 tys. zł.

Patrząc na Spółkę w kontekście całej branży można ocenić rok 2011 pozytywnie. Utrzymanie poziomu sprzedaży w trudnych warunkach rynkowych daje podstawę do optymizmu na rok 2012. Wierzę, że ze względu na nakłady poniesione w latach 2010 i 2011, pojawiające się nowe synergie produktowe oraz rosnące korzyści skali prowadzonych działań, kolejne lata wdrażania strategii rozwoju zostaną zrealizowane z powodzeniem i przyniosą wyraźnie lepsze wyniki finansowe.



*Dr Krzysztof Przybyłowski*  
*Prezes Zarządu CAM Media S.A.*