

## List Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu mam przyjemność przedstawić Państwu Raport Roczny Grupy Mex Polska S.A. za rok 2011.

W dokumencie tym w skróconej formie staram się opisać najważniejsze wydarzenia, jakie miały miejsce w 2011 r. w naszej firmie oraz pokazać, perspektywy jej dalszego rozwoju i wyzwania z którymi przyjdzie się nam zmierzyć w przyszłości.

Najważniejszym wydarzeniem tego roku, które wyznaczyło nową perspektywę dla Spółki i realizowanej przez nią strategii, było zdobycie środków na dalszy rozwój poprzez emisję i sprzedaż nowych akcji w przeprowadzonej ofercie IPO. We wrześniu ubiegłego roku firma sprzedała 1 mln akcji po 10 zł każda, dzięki czemu pozyskała 10 mln zł na dalszy rozwój, tj. głównie budowę lokali gastronomicznych we wszystkich posiadanych własnych conceptach restauracyjnych tj. restauracji: "The Mexican", "Browar de Brasil" i "Pijalnia Wódki i Piwa". Prace związane z procesem IPO zaczęły się na początku roku 2011 i niestety trwały aż do 25 maja 2012 roku tj. momentu, gdy akcje firmy zadebiutowały na GPW. Tak długi proces upublicznienia spółki związany był z utratą wymaganej do wejścia na rynek publiczny kapitalizacji 15 mln euro w związku ze wzrostem kursu tej waluty w okresie finalizowania formalności koniecznych do wejścia na GPW w Warszawie. Problem ten został rozwiązany dzięki emisji i sprzedaży nowych akcji serii D pozyskanemu inwestorowi instytucjonalnemu.

Wejście na GPW z uwagi na wymagania stawiane kandydującym spółkom to nie tylko środki na rozwój, ale przede wszystkim ogrom pracy w celu przeprowadzenia koniecznych zmian wewnątrz spółki związanych z koniecznością raportowania, przejrzystością rozliczeń, nowymi wymaganiami wobec kadry zarządzającej, wszystko to, aby zdobyć zaufanie potencjalnych inwestorów i instytucji finansowych, co z kolei umożliwia pozyskanie nowych środków finansowych na dalszą szybką ekspansję.

W minionym roku powstała spójna strategia rozwoju spółki, w której głównym założeniem jest rozwój sprawdzonych conceptów gastronomicznych, koncentracji na poprawie ich efektywności jak również tworzeniu nowych zgodnych z trendami rynkowymi lokali pilotażowych. Przykładem może tu być udany eksperyment z otworzeniem pierwszego lokalu pod nazwą "Pijalnia Wódki i Piwa", z którego rozwojem w przyszłych latach wiążemy duże nadzieje.

Celem Zarządu było i jest aktywne uczestnictwo w pozyskiwaniu atrakcyjnych lokali pod nowe placówki, przy jednoczesnych ograniczeniach związanych z założoną stopą zwrotu z



inwestycji. W związku z kryzysem gospodarczym, który dotyka również branżę gastronomiczną pojawiają się niezwykle atrakcyjne oferty najmu i jestem przekonany, że w latach 2012 - 2013 będziemy mogli pochwalić się nowymi zyskowymi lokalizacjami usytuowanymi w najlepszych punktach dużych miast. Oczekujemy obniżenia stawek czynszowych na rynku nieruchomości do akceptowalnego poziomu, co doprowadzi do podpisania wieloletnich umów najmu, a to przełoży się na osiągnięcie zakładanej rentowności podejmowanych projektów inwestycyjnych i zdecydowanie wpłynie na dynamikę rozwoju całej Grupy.

Będący skutkiem kryzysu gospodarczego obserwowany spadek obrotów w segmencie klubów muzycznych w II połowie 2011 r. (m.in. poprzez wyraźne zmniejszenie się przychodów w sektorze klienta instytucjonalnego – zamknięte imprezy firmowe) spowodował, że bardzo wnikliwie analizujemy ten rynek i zachodzi prawdopodobieństwo, że powstrzymamy się od dalszego rozwoju sieci klubów. Obecnie koncentrujemy swoją uwagę na intensywnych działaniach marketingowych oraz zmianach w formule oferty tych lokali i poprawie ich atrakcyjności.

Aby zwiększyć efektywność posiadanych lokali Zarząd rozpoczął prace nad opracowaniem nowej formuły zarządzania, która będzie się opierać na dodatkowej motywacji dotychczasowych kierowników restauracji poprzez zaoferowanie im prowadzenia na własny rachunek restauracji w ramach umowy franszyzy. W drugiej połowie 2012 r. planowane jest wprowadzenie pierwszych placówek pilotażowych działających w ww. formule. Ponadto, do współpracy przy rozbudowie sieci Mex Polska zaangażujemy nowych inwestorów proponując im działalność w oparciu o formułę franczyzy. Obrany przez nas kierunek rozwoju jest powszechnie stosowaną formą ekspansji rynkowej – co potwierdzają doświadczenia światowych potentatów gastronomicznych.

W 2011 roku prowadziliśmy także zakończone sukcesem negocjacje umów na wspólne działania marketingowe oraz dystrybucyjne z dostawcami kluczowych produktów do naszej sieci. Nadal poszukujemy możliwych obszarów współpracy z dostawcami, aby usprawnić proces zaopatrzenia i rozliczania restauracji i klubów muzycznych.

Pomimo nie najlepszej sytuacji na rynku gastronomicznym w 2011 roku udało się nam osiągnąć ponad 20 % wzrost przychodów ze sprzedaży w naszej sieci restauracji i klubów muzycznych. Jest to efekt konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju i wzrostu sieci.

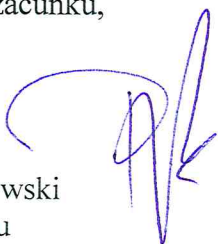
Spółka Mex Polska S.A. jest w ostatniej fazie transformacji z regionalnej firmy gastronomicznej do profesjonalnie zarządzanej spółki z opracowaną strategią, celami bieżącymi i przyszłymi, nastawioną na szybkie pomnażanie majątku jej akcjonariuszy, wierzymy, że w następnych latach widoczne już będą efekty zachodzących zmian.

W imieniu Zarządu Spółki chciałbym podziękować Akcjonariuszom za cierpliwość, okazane zaufanie w 2011 roku. Jestem przekonany, że realizując zapowiadane działania nie



zawiedziemy Państwa oczekiwań związanych z postrzeganiem naszej firmy jako perspektywicznej spółki na polskim rynku kapitałowym.

Z wyrazami szacunku,



Paweł Kowalewski  
Prezes Zarządu  
Mex Polska S.A.