Warszawa, dnia 9 września 2014 r.

Szanowni Państwo,

Rok 2013/2014 był dla działalności rynkowej Grupy Ambra rokiem trudnym. Tempo wzrostu od lat rosnącego rynku wina w Polsce obniżyło się do 2,7%. W stagnacji pozostawał rynek sprzedaży droższych win zwłaszcza w gastronomii, gdzie wzrost notowała jedynie gastronomia sieciowa i fast food. Również rynki zagraniczne nie dostarczyły pozytywnych impulsów wspierających sprzedaż. Osłabienie popytu odnotowaliśmy, każdorazowo z różnych przyczyn, w Rosji, w Czechach i w Rumunii. W tych warunkach skonsolidowana sprzedaż firm naszej grupy była niższa o 1,5 % od wyniku roku ubiegłego. Przyczyną niższej sprzedaży były spadek eksportu do Rosji, niższa sprzedaż win do gastronomii oraz na rynku czeskim. Na tym tle dobry wynik osiągnęliśmy w najważniejszym obszarze naszego biznesu: sprzedaży naszych marek w rynku sklepów spożywczych w Polsce, która wzrosła o 1,8 %

Obok spowolnienia wzrostu rynku wina mieliśmy w zakończonym roku obrotowym również do czynienia z istotnym wzrostem cen surowców, co obniżyło rentowność naszych marż, szczególnie w pierwszej połowie roku obrotowego.

Grupa AMBRA rozpoczęła rok obrotowy 2013/2014 w skonsolidowanej i uproszczonej strukturze operacyjnej. Połączenie spółek AMBRA i Centrum Wina w jedną organizację poprawiło efektywność operacji w Polsce. W Czechach zakończona została nierentowna produkcja win stołowych. Działania przyniosły trwałe oszczędności, które w kwocie ponad 5 mln zł przygotowały nas do trudnego roku 2013/2014 i pozwoliły zrekompensować niższą marżę osiągniętą ze sprzedaży.

Strategia Grupy AMBRA zakłada rozwój nie tylko na rynku wina, ale również w innych wzrostowych kategoriach napojów alkoholowych – zarówno alkoholi mocnych, jak i tych o niskiej zawartości alkoholu. Głównym strategicznym projektem realizowanym w minionym roku obrotowym był rozwój marki CYDR LUBELSKI. Dziś możemy z zadowoleniem stwierdzić, że wyznaczone na rok 2013/2014 dla tej marki cele zostały w pełni zrealizowane. Jesteśmy zdecydowanym liderem rynku cydru w Polsce, a CYDR LUBELSKI jest zdecydowanie najpopularniejszą marką tej dynamicznie rosnącej kategorii alkoholi lekkich. Zdobycie wiodącej pozycji rynkowej wymagało istotnego zwiększenia wydatków na marketing i budowę dystrybucji CYDRU LUBELSKIEGO. Koszty te wprawdzie obciążyły wynik finansowy w zakończonym roku, ale zdobyty kapitał marki pozwoli na szybkie osiągnięcie zwrotu z poczynionych inwestycji w jej rozwój i poprawę wyniku w kolejnych latach obrotowych.

Pomimo nieznacznie niższego wyniku operacyjnego zysk netto naszej Grupy w roku 2013/2014 poprawił się znacząco na skutek m.in. dalszego obniżenia kosztów finansowych oraz niższego podatku dochodowego. Kondycja finansowa Grupy AMBRA jest bardzo dobra, zadłużenie utrzymuje się na niskim poziomie, poprawiła się rentowność. Pozwala nam to po raz kolejny zaproponować zwiększoną dywidendę w wysokości 45 groszy na akcję, a pozostałą kwotę zysku przeznaczyć na dalszy rozwój wartości biznesu.

Jako Zarząd chcielibyśmy podziękować Akcjonariuszom za okazane nam zaufanie. Będziemy nadal stawiać przed sobą ambitne cele i pracować nad wzrostem zysków i rozwojem wartości naszej spółki. Dziękujemy również pracownikom całej Grupy AMBRA za zaangażowanie i ambicję w pracy, a członkom Rady Nadzorczej za cenne uwagi i wskazówki.

Z poważaniem,

Zarząd AMBRA S.A.

Robert Ogór	**Grzegorz Nowak**	**Piotr Kaźmierczak**
Prezes Zarządu	*Wiceprezes Zarządu*	*Członek Zarządu, Dyrektor Finansowy*