

PISMO PREZESA ZARZĄDU DO AKCJONARIUSZY ALMA MARKET SA

Szanowni Państwo,

Zrealizowana sprzedaż spółki wzrosła o 2,6% do kwoty 992,8 mln złotych. Nie jest to poziom sprzedaży, który zgodnie z planem z początku ubiegłego roku zamierzaliśmy osiągnąć. Biorąc jednak pod uwagę wiele negatywnych czynników jakie miały wpływ na rynek handlu detalicznego, w tym postępującą deflację w 2014 roku w zakresie cen dla wielu produktów, należy przyjąć to za względnie pozytywny wynik sprzedaży.

Jednak przy tej wielkości sprzedaży, a szczególnie jej mocnym załamaniu się w trzecim kwartale roku, spółka ostatecznie odnotowała stratę w 2014 roku w kwocie 9,5 mln zł. Z tego też względu minionego roku spółka nie może zaliczyć do udanych.

Widząc tendencje pogorszenia koniunktury w handlu detalicznym, co zaczęło wpływać na wyniki spółki począwszy od drugiego kwartału 2014 roku, Zarząd spółki podjął działania mające na celu obniżenie kosztów stałych funkcjonowania sklepów oraz rozpoczęło wdrażanie programu mającego na celu poprawę efektywności sprzedaży.

W rezultacie, na koniec roku spółce udało się zmniejszyć stratę o połowę w stosunku do tej jaką miała po trzech kwartałach 2014 roku.

W 2015 roku spółka będzie kontynuować program poprawy efektywności sprzedaży.

W zakresie naszej działalności priorytetem jest zadowolenie Klientów. Osiągamy je poprzez szeroki wybór artykułów żywnościowych i dbałość o ich jakość oraz przyjazny klimat sklepów w połączeniu z dobrą obsługą klienta. Zależy nam na tym, żeby Delikatesy Alma były miejscem otwartym na zmieniające się oczekiwania Klientów.

Powołaliśmy Fundację Alma Pokochaj życie, po to, by zmienić nawyki żywieniowe Polaków i przekazać naszą wiedzę jak zdrowo żyć.

Jako pierwsza sieć i polska spółka wraz z ogłoszeniem rządowego programu wsparcia rodzin wielodzietnych w sierpniu 2014 roku przystąpiliśmy do tego programu i w Delikatesach Alma honorowana jest Karta Dużej Rodziny, dająca określone zniżki i przywileje.

Docieramy za pośrednictwem naszego sklepu internetowego Alma 24 do wielu tych, którzy nie mają w pobliżu naszych Delikatesów Alma albo chcą oszczędzić swój czas na inne sprawy niż zakupy.

Pomimo olbrzymiej konkurencji na rynku oraz niekorzystnej sytuacji makroekonomicznej dla detalicznych sieci handlowych, Alma Market SA jest bardzo rozpoznawalna. Nasze działania doceniają klienci, co potwierdzają badania firmy consultingu strategicznego OC&C Strategy Consultants. Badania przeprowadzone przez tą firmę potwierdziły, że w 2014 roku Alma zdobyła po raz kolejny pierwsze miejsce w rankingu sklepów spożywczych w Polsce w ujęciu ogólnym wszystkich badanych kategorii i była najlepiej oceniona w takich kategoriach jak: jakość produktów, adekwatność produktów, obsługa, a także wygląd sklepu oraz zaufanie klientów.

To pozwala nam z dużym szacunkiem dla rynku, ale jednak optymistycznie patrzeć w przyszłość. W dalszym ciągu chcemy rozwijać sieć Delikatesów Alma. W marcu 2015 roku otworzyliśmy kolejny nasz sklep w Lublinie i planujemy zrealizować następne otwarcia. Stale wzbogacamy nasz asortyment o nowe produkty dostępne tylko w sieci Delikatesów Alma, dbając o podnoszenie jakości i standardów obsługi w naszych sklepach. Dynamicznie rozwijamy ofertę marek własnych: Krakowski Kredens, Food&Joy i Smart&Easy.

Zapraszam Państwa do zapoznania się ze sprawozdaniem z działalności spółki i sprawozdaniem finansowym oraz opinią i raportem biegłego rewidenta za miniony rok, ale również do częstego odwiedzania naszych sklepów lub przynajmniej strony internetowej www.almamarket.pl, aby w ten sposób poznać nas zdecydowanie lepiej.

Jednocześnie pragnę podziękować Inwestorom i Akcjonariuszom za okazywane nam zaufanie.

Dziękuję także Radzie Nadzorczej za pomoc i wsparcie udzielane Zarządowi.

Z poważaniem,

Jerzy Mazgaj
Prezes Zarządu
Kraków, 20 marca 2015 roku