

Warszawa, dnia 20 marca 2015 r.

Szanowni Państwo,
Akcjonariusze CAM Media S.A.

Pozwalam sobie przedłożyć Państwu sprawozdanie roczne z działalności Spółki CAM Media S.A. za rok obrotowy 2014. Działalność gospodarcza Spółki koncentrowała się na dwóch obszarach biznesowych. Jednym z nich jest segment mediowy „out-of-home”, który obejmuje reklamę typu „outdoor” oraz „indoor”. Drugim obszarem działalności spółki są usługi marketingowe.

W okresie sprawozdawczym od 01 stycznia do 31 grudnia 2014 roku CAM Media S.A. była reprezentowana przez Zarząd w osobach:

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

Spółka CAM Media weszła w rok 2014 mocno osłabiona oszczerczą kampanią prowadzoną w niektórych mediach niemal przez cały poprzedzający rok, o czym dokładniej pisałem rok wcześniej. W rezultacie tychże działań Spółka utraciła wielu klientów, a co za tym idzie wiele przychodów.

Zarząd Spółki, analizując rozwój sytuacji na bieżąco, już na początku 2014 roku rozpoczął prace zmierzające do dostosowania organizacji do nowych warunków, w jakich przyszło jej funkcjonować. Strategia działania, mająca na celu przeciwdziałanie wszystkim negatywnym zjawiskom w otoczeniu Spółki, została zatwierdzona do wdrażania w IV kwartale 2014 roku. Głównym celem wspomnianej strategii była optymalizacja struktury produktowej i wsparcie jej nową organizacją sprzedaży. Realizacja planowanych działań powinna, w mojej ocenie, zoptymalizować zarządzanie produktami Spółki oraz zapewnić większą efektywność kosztową prowadzonej działalności.

W 2014 roku przychody jednostkowe Spółki CAM Media S.A. osiągnęły wartość 29,98 mln PLN. Oznacza to ich spadek o 14% w stosunku do roku 2013, kiedy sprzedaż osiągnęła poziom 34,79 mln PLN. Przyczyną takiej sytuacji jest po pierwsze gasnący wpływ wspomnianego wcześniej kryzysu oraz rezygnacja z oferowania na rynku produktów, które nie spełniały oczekiwań Zarządu w zakresie możliwych do osiągnięcia poziomów rentowności.

Koncentracja na produktach najbardziej rentownych oraz rezygnacja z tych mniej rentownych pozwoliła osiągnąć Spółce w 2014 roku znacząco wyższą rentowność niż w 2013 roku. W wymiarze

CAM Media S.A.
ul. Tamka 16, lok. U4
00-349 Warszawa

tel.: +48 22 828 08 85
fax: +48 22 828 08 86

www.cammedia.pl
biuro@cammedia.pl

CAM Media Spółka Akcyjna, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000289126, NIP: 525-228-78-48, REGON: 015664139, Kapitał zakładowy: 728.450,00 zł. 1

jednostkowym Spółka zanotowała stratę przekraczającą kwotę 2,4 mln zł. W 2013 roku ta strata wyniosła 7,36 mln zł.

W mojej ocenie jest to bardzo duża poprawa wyników finansowych w porównaniu do poprzedniego okresu i co warto podkreślić wszystko wskazuje na trwałe odwrócenie tendencji.

Złożyło się na to kilka czynników. Z pewnością były to skutki wspomnianego kryzysu wizerunkowego, ale również koszty przeprowadzonej optymalizacji produktowej i wynikającej z tego konieczności dopasowania struktury organizacyjnej, niezbędnej do podtrzymania zmian.

W okresie sprawozdawczym Spółka stale prowadziła intensywne działania, mające na celu pozyskanie nowych kontraktów w zakresie usług marketingowych. W Spółce udało się wygrać przetargi, które będą stanowić stabilną platformę do poszerzania liczby Klientów w 2015 roku.

Dr Krzysztof Przybyłowski
Prezes Zarządu CAM Media S.A.

CAM Media S.A.
ul. Tamka 16, lok. U4
00-349 Warszawa

tel.: +48 22 828 08 85
fax: +48 22 828 08 86

www.cammedia.pl
biuro@cammedia.pl

CAM Media Spółka Akcyjna, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000289126, NIP: 525-228-78-48, REGON: 015664139, Kapitał zakładowy: 728.450,00 zł.

2