

Warszawa, 31 lipca 2008r.

Szanowni Państwo, Akcjonariusze i Kontrahenci Grupy Kapitałowej Euromark Polska S.A.,

Rok 2008 jest 15-tym w historii firmy Euromark Polska S.A. i 2-gim jeżeli chodzi o naszą obecność na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.

W ciągu 15 lat swojego istnienia spółka Euromark Polska S.A. pokonała długą drogę od lokalnego dystrybutora anonimowego sprzętu turystycznego po lidera rynku outdoorowego i właściciela dwóch najbardziej znanych na tym rynku marek: Alpinus i CampuS.

W roku obrotowym 2007/08 przychody Spółki wyniosły 77,6 milionów złotych i były o ponad 11% wyższe niż w porównywalnym okresie poprzedniego roku obrotowego. Zysk netto wyniósł 2.076 tys. zł w porównaniu do 2.040 tys. zł w roku 2006/07. Stosunkowo niewielki, bo 1,8% wzrost zysku wynika z faktu, iż przyrost sprzedaży w największej mierze generowany jest przez sieć sklepów Planet Outdoor. W większości sklepy te zlokalizowane są w nowo otwartych centrach handlowych, przez co nie osiągają jeszcze swej pełnej dojrzałości. W konsekwencji, nie są w stanie wygenerować zadawalających zysków.

Przychody ze sprzedaży detalicznej we własnych salonach rosły bardzo dynamicznie i wyniosły w okresie sprawozdawczym 17,7 miliona zł, co stanowi wzrost o 82 % w porównaniu do analogicznego okresu roku obrotowego 2006/07.

Niestety, mimo zgodnej z założeniami realizacji strategii rozwoju własnej sieci detalicznej, obiektywne czynniki zewnętrzne po raz kolejny miały wpływ na poziom przychodów Spółki. W Polsce drugi rok z rzędu wystąpiła łagodna zima, która na poziomie klientów końcowych nie wygenerowała popytu umożliwiającego 100% realizację założeń sprzedażowych na rynku krajowym.

Jednak, rok ten przyniósł też wiele dowodów na to, że obrana przez nas strategia rozwoju, opiera się na silnych podstawach i po przezwyciężeniu chwilowych problemów, często obiektywnej natury, powinna przynieść w średnioterminowej perspektywie pozytywne rezultaty.

Pozytywnym sygnałem są wyniki własnej sieci detalicznej oraz rezultaty przeprowadzonych na zlecenie Spółki kompleksowych badań rynku outdoorowego w Polsce, które udowodniły, że marki Alpinus i CampuS są nie tylko dwoma najlepiej rozpoznawalnymi markami outdoorowymi w Polsce, ale również, że w percepcji konsumentów te dwie marki od reszty konkurencji dzieli ogromna przepaść.

Nasze marki, nasza sieć dystrybucji i nasi pracownicy to baza, na której z pomocą partnerów finansowych chcemy w perspektywie kolejnych 3 lat zbudować największą firmę outdoorową w regionie, czego życzę sobie i pozostałym akcjonariuszom Euromark Polska S.A.

Timothy Mark Roberts
Prezes Zarządu