

Warszawa, 30 czerwca 2009 r.

Szanowni Państwo, Akcjonariusze i Kontrahenci Spółki Euromark Polska S.A.,

Rok obrotowy 2008/09 był 16-tym w historii firmy Euromark Polska S.A. i 3-cim jeżeli chodzi o naszą obecność na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.

W ciągu 16 lat swojego istnienia spółka Euromark Polska S.A. pokonała długą drogę od lokalnego dystrybutora anonimowego sprzętu turystycznego po lidera rynku outdoorowego w Polsce i właściciela dwóch najbardziej znanych na tym rynku marek: Alpinus i CampuS.

W roku 2008/09 przychody Spółki wyniosły 84,7 mln zł i były o ponad 8% wyższe niż w porównywalnym okresie poprzedniego roku obrotowego. Zysk netto wyniósł 1.124 tys. zł w porównaniu do 2.076 tys. zł w roku 2007/08. Wysoki, bo 46% spadek zysku wynika z faktu, iż nastąpił 1,7% spadek marży handlowej (spowodowany wyprzedacją zapasów towarów z lat poprzednich), oraz znacznego zwiększenia kosztów sprzedaży (przyrost sprzedaży w największej mierze generowany jest przez sieć nowych sklepów Planet Outdoor zlokalizowanych w centrach handlowych, sklepy te nie osiągnęły jeszcze swej pełnej dojrzałości i w konsekwencji, nie są w stanie wygenerować zysków).

Przychody ze sprzedaży detalicznej we własnych salonach rosły dynamicznie i wyniosły w okresie sprawozdawczym 24,3 mln zł, co stanowi wzrost o 37 % w porównaniu do analogicznego okresu roku obrotowego 2007/08.

Miniony rok był kolejnym okresem realizacji nakreślonej strategii rozwoju, polegającej na utrzymaniu pozycji lidera rynku i rozwoju własnej sieci detalicznej. Mimo iż pogoda będąca najistotniejszym czynnikiem limitującym naszą sprzedaż, była bardziej sprzyjająca niż w poprzednich latach, to jednak spowolnienie gospodarcze w drugiej połowie roku wywarło wpływ na wyniki całego okresu. Istotny wpływ miało również skokowe osłabienie naszej waluty w stosunku do głównych walut (za towary płacimy w USD, a czynsze za wynajem powierzchni handlowych w EURO). Jednak, rok ten przyniósł też wiele dowodów na to, że obrona przez nas strategii rozwoju, opiera się na silnych podstawach i po przezwyciężeniu chwilowych problemów, często obiektywnej natury, powinna przynieść w średnioterminowej perspektywie pozytywne rezultaty.

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

Tomasz Edmund Kosk
Prezes Zarządu

