

Warszawa, dnia 21 marca 2014 r.

Szanowni Państwo,
Akcjonariusze CAM Media S.A.

Pozwalam sobie przedłożyć Państwu sprawozdanie roczne z działalności Spółki CAM Media S.A. za rok obrotowy 2013. Spółka prowadzi działalność w dwóch obszarach. Jednym z nich są media kategorii nazywanej „out-of-home”, obejmujące reklamę tak typu „outdoor” jak i „indoor”. Drugim kierunkiem rozwoju są usługi marketingowe.

W okresie sprawozdawczym od 01 stycznia do 31 grudnia 2013 roku CAM Media S.A. była reprezentowana przez Zarząd w osobach:

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

W 2013 roku Spółka CAM Media S.A. odnotowała wyraźny spadek przychodów ze sprzedaży, które ostatecznie były o 30% niższe niż w roku 2012. W konsekwencji tego po raz pierwszy w swojej historii poniosła stratę przekraczającą kwotę 7,3 mln zł. Złożyło się na to kilka czynników, ale najbardziej istotnym okazał się kryzys wizerunkowy, spowodowany serią bezpodstawnych oskarżeń, inspirowanych przez konkurencję a następnie wykorzystanych przez opozycyjnych polityków do ataków na rząd. Działania z zakresu czarnego PR, które były prowadzone przeciwko Spółce od kwietnia do końca grudnia 2013 roku spowodowały sytuację głębokiego kryzysu wizerunkowego Spółki CAM Media. Czarny PR i brutalna nagonka mediowa, których celem było powiązanie Spółki ze wszystkimi możliwymi aferami gospodarczymi w Polsce, łącznie z tak zwaną „info-aferą”, doprowadziły do tego, że w dniu 9 stycznia 2014 roku, podczas 58 posiedzenia Sejmu Minister Spraw Wewnętrznych Bartłomiej Sienkiewicz udzielił posłom informacji bieżącej odnośnie tzw. info-afer. Wysłuchawszy pytań posłów odnośnie rzekomych powiązań CAM Media SA z info-aferą i zachowaniami korupcyjnymi Minister poinformował, że **posiadane przez rząd dane nie dają jakichkolwiek podstaw do przypisywania CAM Media SA prowadzenia działań korupcyjnych w urzędach publicznych.**

Mimo tak jednoznacznego stanowiska Ministra MSWiA, Spółka nadal była celem ataków wizerunkowych. Kres im położyły dopiero pozwy o ochronę wizerunku skierowane przez Zarząd CAM Media przeciwko dwom partiom politycznym oraz dwom posłom na Sejm RP, którzy w najbardziej agresywny sposób naruszały wizerunek 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.

spółka
notowana na
GPW

Ponadto chciałbym podkreślić, iż według najlepszej wiedzy Zarządu CAM Media S.A. nikomu z członków Zarządu CAM Media S.A. ani jej pracowników nie zostały postawione jakiegokolwiek zarzuty.

Drugim istotnym czynnikiem wpływającym na ostateczny kształt wyników finansowych osiągniętych przez Spółkę w roku 2013 były zmienne makroekonomiczne. Rok 2013 okazał się bowiem kolejnym już rokiem kryzysu w branży reklamowej. Według domu mediowego ZenithOptimedia wydatki na outdoor w 2013 roku były w tym roku niższe o 11,2 proc., głównie za przyczyną zmniejszenia budżetów reklamodawców z branży telekomunikacyjnej. Po krótkoterminowejwyżce obrotów w roku 2012 związanej z organizowanymi w Polsce i na Ukrainie mistrzostwami EURO 2012, rynek powrócił do stanu stagnacji. Wyraźnie uwidocznił się fakt kierowania coraz mniejszych budżetów marketingowych do podmiotów funkcjonujących na rynku reklamowym i to we wszystkich jego segmentach.

Spadek popytu na powierzchnie i usługi reklamowe wywołał dużą presję cenową, która bezpośrednio spowodowała relatywny wzrost kosztów sprzedaży produktów. Ponadto na wzrost tychże kosztów wpłynęła decyzja Zarządu o zakończeniu kilku Projektów, których kontynuacja nie dawała szans ich powodzenia w warunkach tak głębokiego kryzysu wizerunkowego, w jakim Spółka funkcjonowała przez większość 2013 roku.

Zmniejszenie przychodów nie ominęło nawet tych segmentów, które dotychczas pomimo kryzysu wykazywały wzrost sprzedaży. Wcześniejsze przewidywania, co do wzrostu rynku okazały się nietrafione. Liczba zleceń na nowe kampanie uległa wyraźnemu zmniejszeniu, a w niektórych przypadkach klienci odwoływali wcześniej planowane kampanie reklamowe przesuwając je w czasie, albo odwołując je w ogóle.

Z drugiej strony dalsza redukcja kosztów w krótkim okresie nie była możliwa zarówno ze względu na wcześniejsze istotne ograniczenie marży podwykonawców, jak również na fakt, że wiele powierzchni reklamowych było wynajmowanych na podstawie zawartych wcześniej długoterminowych kontraktów, trudnych do renegotjacji.

Walka ze skutkami kryzysu wizerunkowego spowodowała również wzrost Kosztów ogólnego zarządu, poprzez dodatkowe wydatki na obsługę prawną, działania PR oraz konieczne do tego opracowania i analizy. Tę pozycję kosztową powiększają również wydatki Spółki na jej reorganizację, która ma wymiar procesowy oraz kosztowy. Oba te wymiary koncentrują się przede wszystkim na ich optymalizacji. Podstawowe założenia działań restrukturyzacyjnych to zwiększenie rentowności realizowanych projektów poprzez wdrożenie specjalnych procedur związanych procesem zakupu usług zewnętrznych, jak i reorganizacją procesów wewnętrznych związanych z samą realizacją projektów na rzecz klientów zewnętrznych.

Jednym w pierwszych wyników reorganizacji jest zmniejszenie zatrudnienia w Spółce. Projekt ten zakończył się w drugiej połowie roku, niemniej jednak jego efekty i oszczędności będą widoczne już w pierwszym kwartale roku 2014.

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.

spółka
notowana na
GPW

Równocześnie okres sprawozdawczy był czasem intensywnych inwestycji w zakresie działań, mających na celu pozyskanie nowych kontraktów w zakresie usług marketingowych oraz inwestycji w nowe produkty mediowe. W rezultacie realizowane były liczne projekty charakteryzujące się koniecznością poniesienia istotnych wydatków, ale w zamian dające duże doświadczenie, konieczne do eksploracji nowych nisz rynkowych.

Spółka przetrwała głęboki kryzys wizerunkowy, który bardzo boleśnie odczuła na wynikach finansowych. Straciła ważnych klientów, została zmuszona do zamknięcia obiecujących projektów w kraju i zagranicą oraz poniosła dodatkowo znaczące koszty obsługi prawnej oraz działań PR. Ponadto zjawiska kryzysowe w branży reklamowej dodatkowo pogorszyły rentowność sprzedaży.

Mimo takich przeciwności Spółka nie straciła nikogo z kluczowych menedżerów, skutecznie wdraża program reorganizacji, inwestuje w nowe, niszowe nośniki reklamowe oraz uczestniczy w dużych przetargach, które mogą pozytywnie wpłynąć na jej wyniki w 2014 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.

spółka
notowana na
GPW