

PISMO PREZESA ZARZĄDU DO AKCJONARIUSZY ALMA MARKET SA

Szanowni Państwo,

Rok 2013 dla ALMA MARKET SA. był kolejnym dobrym rokiem. Wszelkie działania zaowocowały dobrymi wynikami. Zrealizowana sprzedaż spółki wzrosła o 8,0% do kwoty 967,6 mln złotych. Nie jest to poziom sprzedaży, który zgodnie z planem z początku ubiegłego roku zamierzaliśmy osiągnąć, jednak w ogólnym rozrachunku, biorąc pod uwagę atmosferę na rynku handlu detalicznego, jest to wynik dający dobre perspektywy na przyszłość.

Po kolejnych 9 otwarciach, sieć Delikatesów Alma liczy dziś 46 sklepów. Można mówić o pewnym przełomie, gdyż nigdy wcześniej nie otworzyliśmy tak wielu sklepów w jednym roku. Zważywszy na sytuację rynkową 9 nowych obiektów na mapie lokalizacji Alma Market to wynik bardzo zadowalający. Wprowadziliśmy zmiany wystroju naszych sklepów i część z nowo otwartych obiektów została zaaranżowana w stylistyce tak zwanego „nowego konceptu”. Dwa obiekty zostały otwarte w Warszawie pod szyldem Food & Joy.

Ubiegły rok to także kontynuacja polityki zwiększania rentowności, wdrożonej w 2012 roku, a mianowicie: poprawa wskaźnika marży, a co za tym idzie osiągnięcie wyższej dynamiki wzrostu zysku brutto na sprzedaży, a także obniżenie kosztów działalności handlowej w poszczególnych sklepach i tym samym poprawienie wskaźników rentowności operacyjnej w porównywalnych obiektach.

W dalszym ciągu stawiamy na rozwój delikatesów internetowych alma24.pl, które wciąż są liderem na polskim rynku spożywczych sklepów internetowych i są dostępne w 17 miastach. Docieramy już do ponad 300 tysięcy Klientów, a oferta obejmuje 20 tysięcy produktów.

Spory, bo 2,8 procentowy udział w sprzedaży towarów sieci Delikatesów Alma ma marka własna Krakowski Kredens, który może się poszczycić 6 otwarciami w ubiegłym roku. Udział Food&Joy w sprzedaży towarów sieci Delikatesów Alma to 2,8%. Oferta nowych produktów tego brandu stale się poszerza, dziś wynosi już prawie 400 produktów.

Niezmiennie od lat naszym priorytetem jest zadowolenie Klientów. Osiągamy je poprzez nieustanną dbałość o jakość, zarówno oferowanych towarów jak i usług. Zależy nam na tym, żeby Delikatesy Alma były miejscem przyjaznym i otwartym na zmieniające się oczekiwania Klientów.

Także w tym roku sukces naszych działań potwierdziły wyniki badania „Postrzeganie ofert sieci detalicznych 2013”, zrealizowanego przez międzynarodową firmę consultingu strategicznego OC&C Strategy Consultants specjalizującą się w doradztwie dla branż: handlu detalicznego, FMCG, Private Equity, przeprowadzone w 8 krajach na próbie 25 000 konsumentów. Alma zdobyła pierwsze miejsce w rankingu sklepów spożywczych w Polsce w ujęciu wszystkich badanych kategorii (między innymi: jakość produktów, szerokość

asortymentu, obsługa klientów, a także wystrój i klimat sklepu). Wyniki tego badania utwierdzają nas w przekonaniu, że obraliśmy właściwy kierunek.

Patrzymy więc w przyszłość z optymizmem. W 2014 roku planujemy kolejne otwarcia zgodnie z oczekiwaniami Klientów. Stale poszerzamy asortyment wzbogacając go o nowe produkty dostępne tylko w Almie. Wszelkie nasze działania nakierunkowane są na podnoszenie jakości i standardów.

Zapraszam Państwa do zapoznania się z corocznym sprawozdaniem z działalności spółki i sprawozdaniem finansowym oraz opinią i raportem biegłego rewidenta za miniony rok.

Jednocześnie pragnę podziękować Inwestorom i Akcjonariuszom za okazane zaufanie.

Dziękuję Radzie Nadzorczej za pomoc i wsparcie udzielone Zarządowi.

Z poważaniem,

Jerzy Mazgaj
Prezes Zarządu

Kraków, 20 marca 2014 roku