

Grupa Orbis
Prezentacja Inwestorska
1 kwartał 2012

Agenda

Grupa Orbis

Strategia

CSR

Działalność operacyjna

Działalność finansowa

Sekcja inwestorska

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

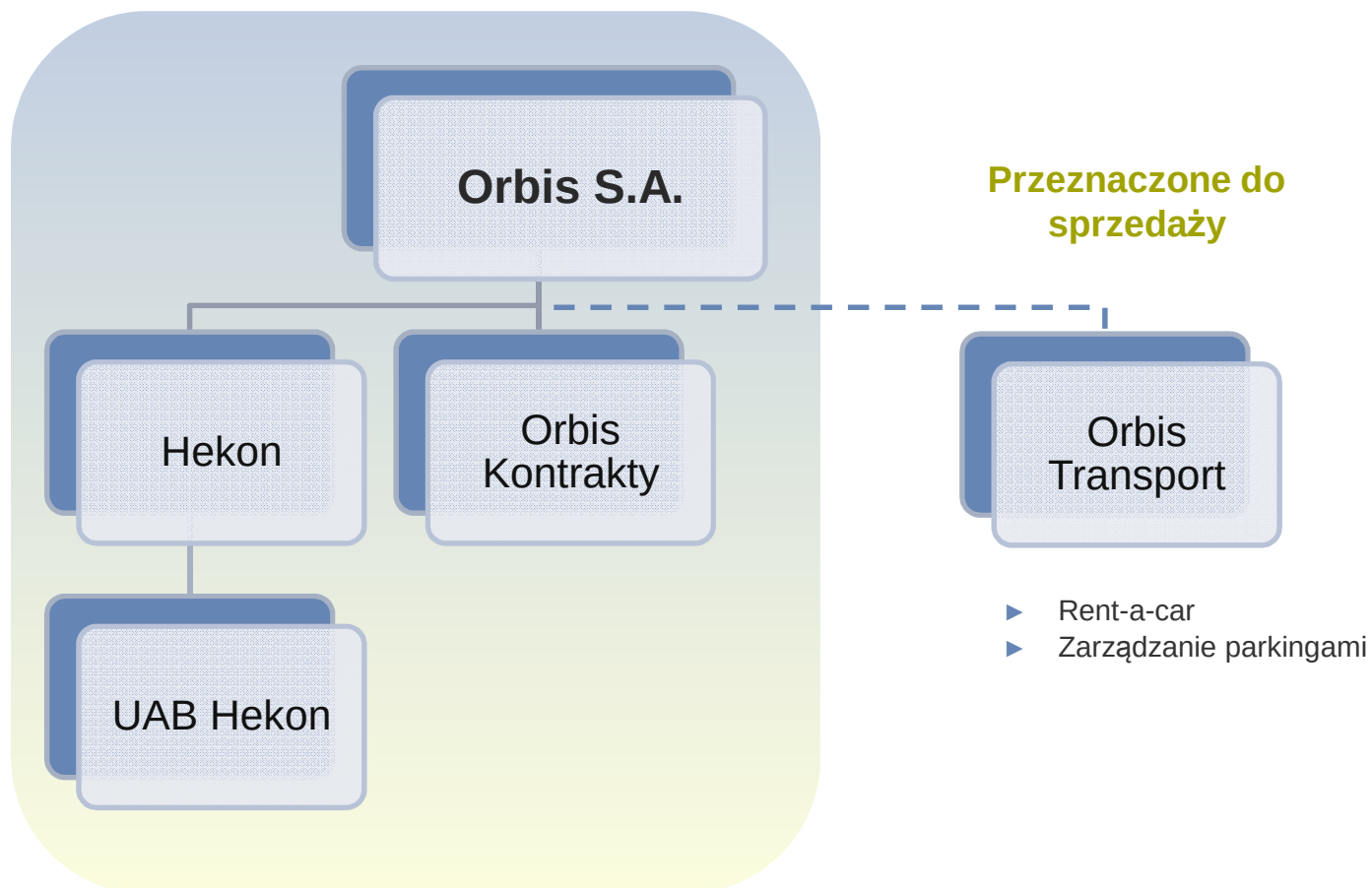
ibis
budget *Etap*

Orbis
Grupa Hotelowa

Grupa Orbis
wprowadzenie

Struktura kapitałowa Grupy Orbis

Grupa Hotelowa Orbis



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Grupa Hotelowa Orbis

Grupa Hotelowa Orbis jest liderem na polskim rynku hotelowym:

- ▶ 53 hotele w Polsce oraz 2 na Litwie:
 - 47 hoteli własnych
 - 5 w leasingu
 - 3 na podstawie umowy o zarządzanie
- ▶ 25 miast
- ▶ Ponad 10 500 pokoi



Stan na 26 kwietnia 2012 roku

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Partner strategiczny

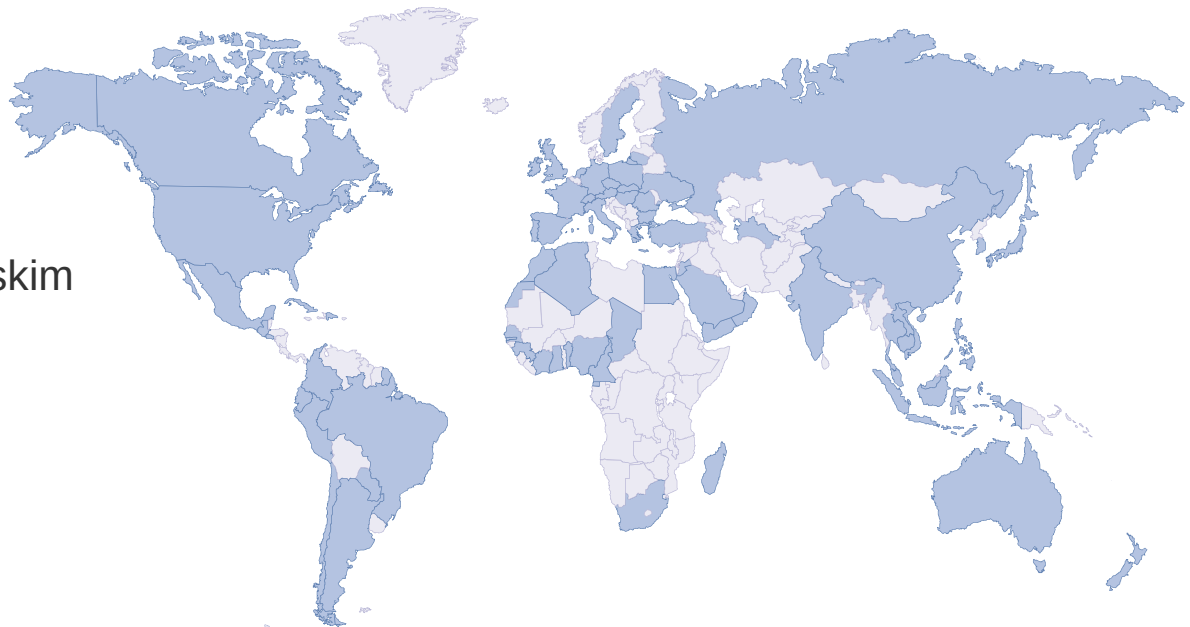
Partnerem strategicznym Grupy Orbis jest Grupa Accor

► Światowy lider w zarządzaniu hotelami

- 92 kraje
- 4 426 hoteli
- 531 714 pokoi

► Lider na rynku europejskim

- 26 krajów
- 2 499 hoteli
- 273 270 pokoi



Stan na 31 grudnia 2011

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

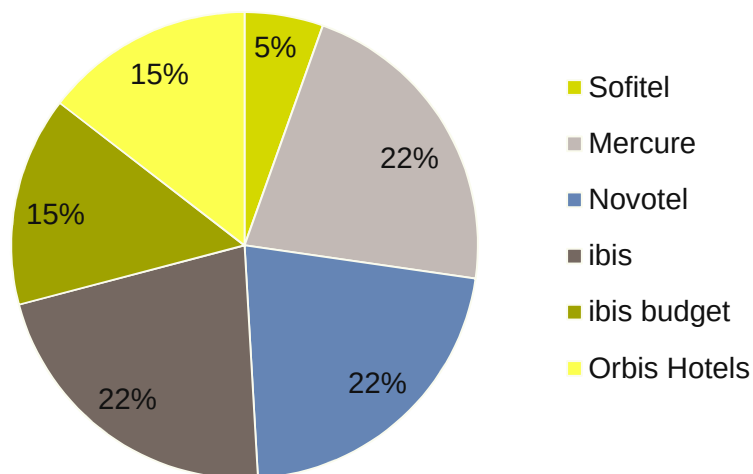
ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

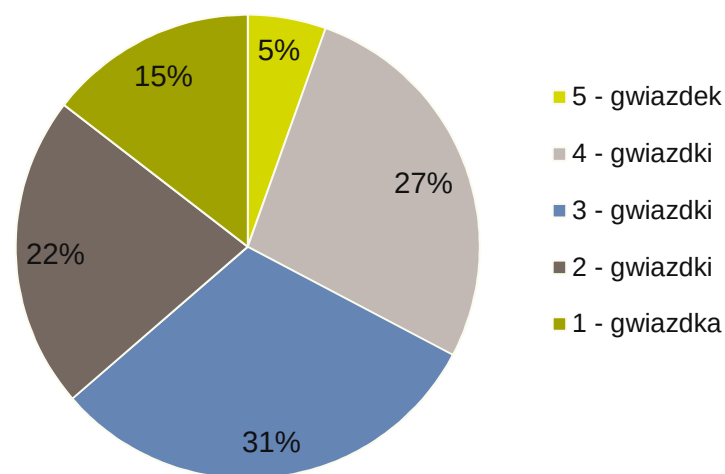
Orbis
Grupa Hotelowa

Struktura portfela hoteli Grupy Orbis

Według marek



Według kategorii



SOFITEL
LUXURY HOTELS

3

Mercure

12

NOVOTEL
HOTELS

12

ibis
HOTELS

12

ibis
budget
HOTELS

8

ORBIS
HOTELS

8

Stan na 26 kwietnia 2012 roku

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

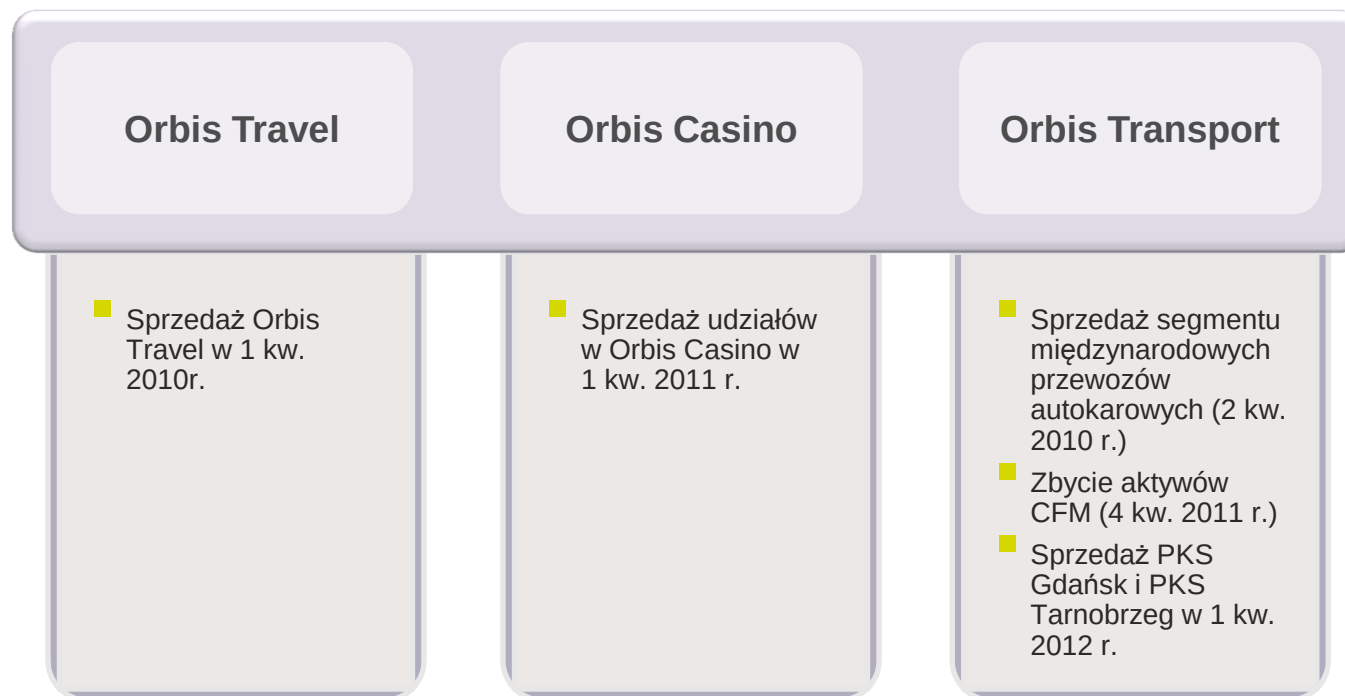
Strategia

Koncentracja na działalności hotelarskiej

Koncentracja na hotelarstwie

Grupa Orbis konsekwentnie dąży do koncentracji wyłącznie na branży hotelarskiej – swojej podstawowej działalności

- ▶ Sprzedaż działalności o niestrategicznym znaczeniu
- ▶ Restrukturyzacja obecnego portfela hoteli



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget *Etap*

Orbis
Grupa Hotelowa

Nowy model biznesowy – *asset light*

- ▶ stopniowe refinansowanie i restrukturyzacja części portfela hotelowego
- ▶ rozwój sieci hotelowej w oparciu o umowy o zarządzanie i franczyzę

Znaczna część portfela nieruchomości hotelowych ma zostać przyjęta przez inwestorów długoterminowych i działać w jednym z trzech modeli, w zależności od lokalizacji konkretnego hotelu i jego marki:

- ▶ umowy o zarządzanie
 - ▶ franczyzy
 - ▶ umowy dzierżawy ze zmiennym czynszem
-
- ▶ Zgodnie z założeniami strategii *asset light* Orbis otworzył nowy hotel ibis w Kownie na Litwie, działający na podstawie umowy o zarządzanie
 - ▶ Orbis dodatkowo podpisał w ostatnim okresie dwa porozumienia wstępne w zakresie umów o zarządzanie hotelami w Polsce, które zaoferują łącznie 200 pokoi w 2013 roku

S O F I T E L
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

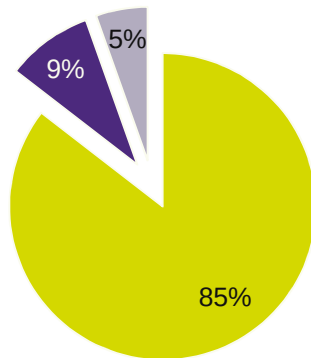
ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

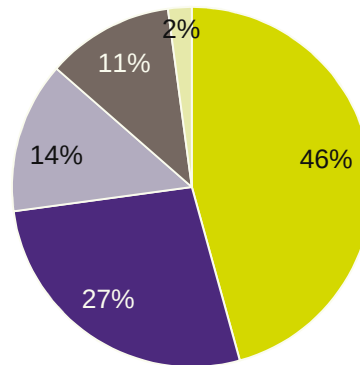
Orbis
Grupa Hotelowa

Struktura portfela hoteli – globalne trendy

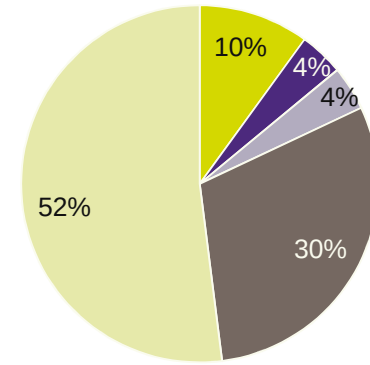
Grupa Orbis



Europa Środkowo-Wschodnia, Accor



Francja, Accor



■ Własność ■ Dzierżawa ze stałym czynszem ■ Umowa o zarządzanie ■ Dzierżawa ze zmiennym czynszem ■ Franczyza

Zmiana struktury w Grupie Orbis w kierunku trendów globalnych

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Modele działalności

Modele działalności w ramach *asset light*:

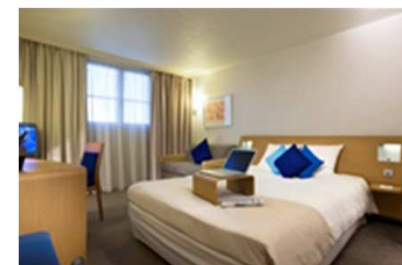
Umowa o zarządzanie

- ▶ Brak zobowiązania finansowego
- ▶ Strategiczne hotele o podwyższonym standardzie



Franczyza

- ▶ Brak zobowiązania finansowego
- ▶ Hotele położone w mniejszych miastach aby wzmocnić pokrycie marką



Umowa dzierżawy ze zmiennym czynszem

- ▶ Zmienne zaangażowanie finansowe powiązane z wynikami
- ▶ Orbis inwestuje w wyposażenie
- ▶ Strategiczne hotele w segmencie ekonomicznym, generujące dobre wyniki



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Megamarka ibis

Zgodnie z wytycznymi grupy Accor, zmieniona zostanie marka w segmencie hoteli ekonomicznych.

Ibis staje się dominującą „megamarką” i będzie oferować produkty w ramach trzech marek:

- ▶ **ibis** – pozostanie marką ibis
- ▶ **ibis styles** – która powstanie z marki all seasons
- ▶ **ibis budget** – która powstanie z marki Etap

Nowy projekt został uruchomiony z myślą o zwiększeniu satysfakcji klienta, poprawy skuteczności systemów dystrybucji oraz programu lojalnościowego.

- ▶ W pierwszym kwartale 2012 r. zainaugurowane zostały i nadal prowadzone są na szeroką skalę działania komunikacyjne dotyczące zmiany marki hoteli ekonomicznych
- ▶ Większość hoteli tego segmentu wdroży swoje nowe produkty jeszcze przed rozpoczęciem w czerwcu Mistrzostw UEFA EURO 2012



S O F I T E L
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Nowe inwestycje

Główne inwestycje Grupy Orbis to kontynuacja budowy nowych hoteli i modernizacja istniejących obiektów

Nowe hotele	Otwarcie	Liczba pokoi
ibis Stare Miasto Kraków – już otwarty	2 kw. 2012	135
ibis budget Stare Miasto Kraków – już otwarty	2 kw. 2012	167
ibis Reduta Warszawa	2 kw. 2012	170
ibis budget Reduta Warszawa	2 kw. 2012	163
Novotel Centrum Łódź	2 kw. 2013	161
Razem		796

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget *Etap*

Orbis
Grupa Hotelowa

Le Club Accor Hotels – program lojalnościowy

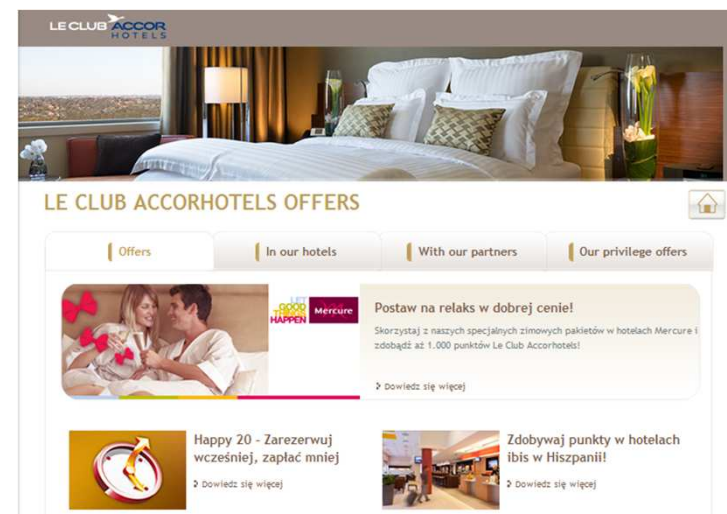
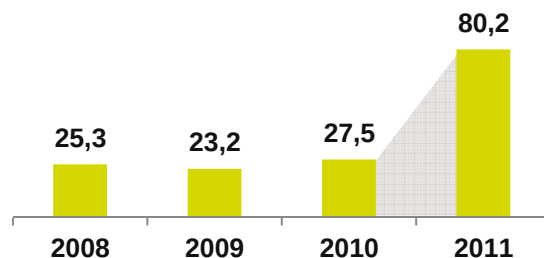
- ▶ Le Club Accor Hotels – program lojalnościowy Grupy Accor wprowadzony w Polsce w 2008 roku (A|Club)
- ▶ Ponad 2 300 hoteli z całego świata uczestniczących w programie
- ▶ Oferty promocyjne dla posiadaczy kart lojalnościowych
- ▶ Już 175 000 uczestników programu w Polsce na koniec marca 2012
- ▶ 18 000 nowych uczestników w 1 kwartale 2012



Korzyści dla Grupy Orbis

- ▶ Budowanie relacji
- ▶ Zwiększenie lojalności klientów

Liczba uczestników zarejestrowanych w Polsce w poszczególnych latach w tys.



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Strategia marketingowa

Działania marketingowe mają na celu umocnienie pozycji lidera w dziedzinie hotelarstwa, zarówno w oczach naszych gości, klientów, partnerów, jak również inwestorów.

Strategia komunikacyjna zakłada:

- ▶ Zwiększenie rozpoznawalności marek należących do portfolio Grupy, ze szczególnym uwzględnieniem marek ekonomicznych ibis oraz ibis budget
- ▶ Wzmocnienie roli bezpośrednich kanałów dystrybucji
- ▶ Intensyfikację działań PR oraz social media w celu wzmocnienia pozytywnego wizerunku marek hotelowych
- ▶ Wykorzystanie platformy lojalnościowej do aktywizacji członków programu poprzez oferty typu „Earn & Burn”

W 1 kw. 2012 zostały przeprowadzone następujące działania promocyjne:

- ▶ Rebranding ibis & ibis budget wsparty kampanią wizerunkową
- ▶ Kampania towarzysząca otwarciom hoteli ibis oraz ibis budget
- ▶ Kampania Family&Novotel
- ▶ Taktyczne kampanie online promujące strony internetowe hoteli:
 - Oferta 3=2
 - Accorhotels.com Winter
 - Zimowa promocja Etap Hotel
 - Meeting@Novotel

S O F I T E L
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa



Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR)

Zrównoważony rozwój

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

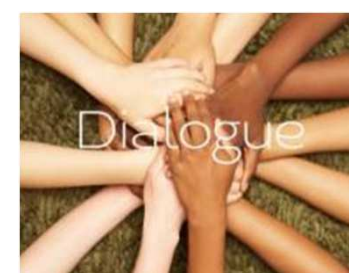
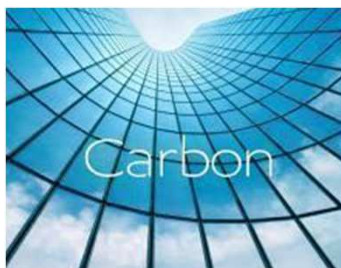
ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget *Etap*

PLANET 21

- ▶ Orbis rozpoczął wdrażanie nowego programu zrównoważonego rozwoju – **Planet 21**, planu działania zapisanego w nowej strategii Grupy Accor
- ▶ Program ten składa się z **21** zobowiązań, zgrupowanych w **7** kategoriach (filarach), na rzecz środowiska **ECO** i społeczności lokalnych **EGO**



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

ECO



- ▶ W 2011 roku w porównaniu do 2010 zaoszczędziliśmy 25 mln kWh, co oznacza spadek kosztów energii o **7%**
- ▶ 2011: Zaoszczędziliśmy **7,5 mln PLN** dzięki redukcji zużycia wody (**11%**) i energii (**13%**)
- ▶ **91%** naszych hoteli sortuje i poddaje recyklingowi baterie elektryczne
- ▶ **91%** naszych hoteli sortuje i poddaje recyklingowi fluorescencyjne lampy i jarzeniówki
- ▶ **73%** naszych hoteli sortuje i poddaje recyklingowi papier i tekturę
- ▶ Podczas Dnia Ziemi w 2011 roku nasi pracownicy zasadzili **6000** drzew



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa



Pod hasłem „Best place to grow” w Grupie Hotelowej Orbis uruchomione zostały projekty mające na celu wzrost motywacji i zaangażowania pracowników, a także stworzenia wizerunku nowoczesnego i atrakcyjnego pracodawcy:

- ▶ Rozwój umiejętności zarządzania na różnych szczeblach kierowniczych
- ▶ Wspieranie i rozwój utalentowanych pracowników
- ▶ Wdrożenie pierwszego w Polsce podyplomowego programu zarządzania hotelami **The Top Talent Hotel Management** opracowanego przez Grupę Hotelową Orbis wraz z Uniwersytetem Łódzkim

W 1 kwartale 2012 roku:

- ▶ przeprowadzono zwiększoną liczbę szkoleń dla pracowników z zakresu m.in. sprzedaży, bezpieczeństwa i komunikacji, szczególnie w kontekście Mistrzostw UEFA EURO 2012.

S O F I T E L
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget **Etap**

Orbis
Grupa Hotelowa

EGO - Różnorodność



- ▶ Orbis był inicjatorem i aktywnie współpracował w przygotowaniu i wdrożeniu polityki różnorodności w Polsce
- ▶ W konsekwencji, w 1 kwartale 2012, Orbis wraz z 12 innymi firmami podpisał w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów pierwszą Polską Kartę Różnorodności
- ▶ Orbis wdrożył także **Międzynarodową Kartę Różnorodności** opracowaną przez Grupę Accor
- ▶ Orbis przygotował i rozpowszechnił wśród pracowników specjalną książkę korporacyjną promującą różnorodność



„Misją Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest:
wprowadzenie idei **odpowiedzialnego biznesu**
jako powszechnego **standardu** w Polsce w celu
zwiększenia **konkurencyjności** na rynku,
zaspokojenia **potrzeb społeczeństwa** oraz
poprawy stanu **środowiska naturalnego**”



Źródło: www.kartaroznorodnosci.pl

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

EGO - Lokalnie



- ▶ Z inicjatywy **pracowników Orbis**, Fundacja Accor wsparła kwotą **41 000 EURO** projekt społeczny, fabrykę rękodzieł – "**Spółdzielnia Mam**,, w ramach którego 15 młodym kobietom udzielono wsparcia pozwalającego na powrót na rynek pracy i ich ponowną integrację społeczną
- ▶ Współpraca z „**Fundacją Dzieci Niczyje**” przy wdrażaniu w hotelach w Polsce procedur dot. przeciwdziałania krzywdzeniu dzieci (ECPAT: Code of Conduct)
- ▶ Pracownicy i hotele zachęceni są także do podejmowania inicjatyw społecznych i ekologicznych:
 - ▶ Wsparcie materialne 2 domów dziecka w okolicach Otwocka - akcja zainicjowana przez pracowników siedziby Orbisu.
 - ▶ Współpraca z Fundacją CZE-NE-KA - ibis Warszawa Stare Miasto
 - ▶ Wsparcie placówek i instytucji działających na rzecz potrzebujących dzieci w Polsce - sieć hoteli Novotel.



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

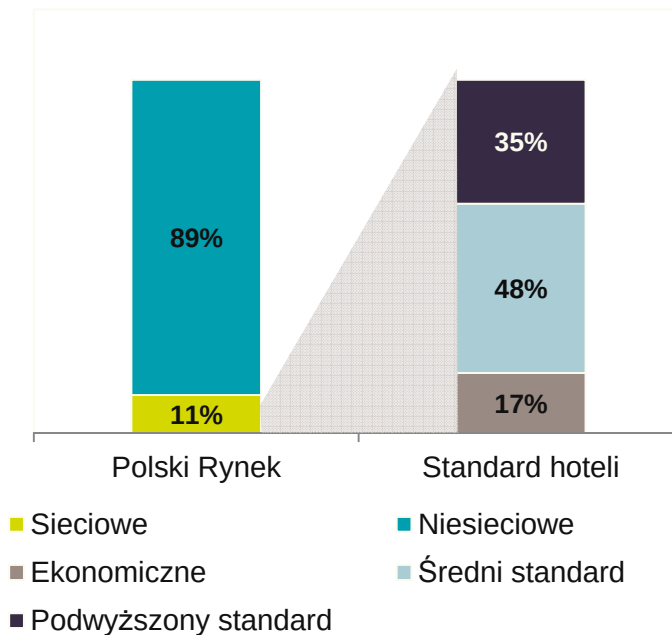
Orbis
Grupa Hotelowa

Działalność operacyjna
hotelarstwo

Rynek hotelarski w Polsce

Polski rynek hotelarski charakteryzuje mały udział markowych sieci

- ▶ Z ponad 2,000 hoteli (97,600 pokoi) tylko 224 należą do dużych sieci (31,700 pokoi)
- ▶ Niski poziom „usieciowienia”: 11% hoteli, 32% pokoi



Szansa na rozwój
franczyzy i umów o
zarządzanie

Źródło: Horwath HTL

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

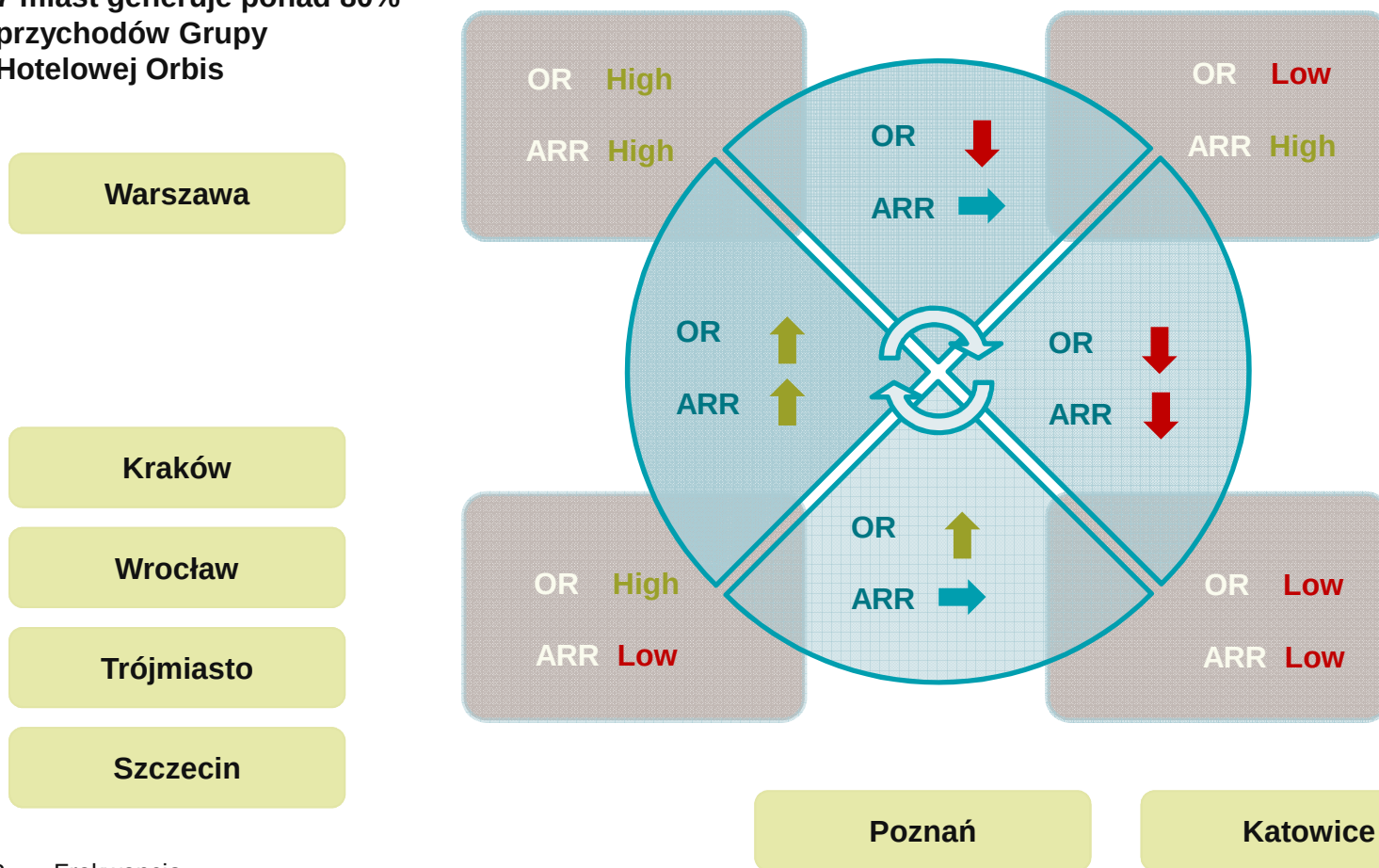
ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Zmiany frekwencji i średniej ceny w cyklu ekonomicznym

7 miast generuje ponad 80% przychodów Grupy Hotelowej Orbis



OR – Frekwencja
ARR – Średnia cena pokoju

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Wyniki operacyjne w 1 kwartale 2012

	1 kw. 2012	1 kw. 2011	Δ 2012/2011	Δ 2012/ 2011 like-for-like*
Frekwencja (OR)	41,7%	41,5%	0,2pp	-1,6pp
Średnia cena za pokój (ARR) w zł	223,2	214,9	3,9%	2,0%
Przychód na jeden dostępny pokój (RevPAR) w zł	93,0	89,2	4,3%	-1,8%
Liczba sprzedanych pokojonocy	375 637	403 871	-7,0%	-
Liczba pokoi	9 947	10 812	-8,0%	-

* like-for-like: po eliminacji wpływów zdarzeń jednorazowych oraz wyników zamkniętych hoteli w 2011 i 2010 roku

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

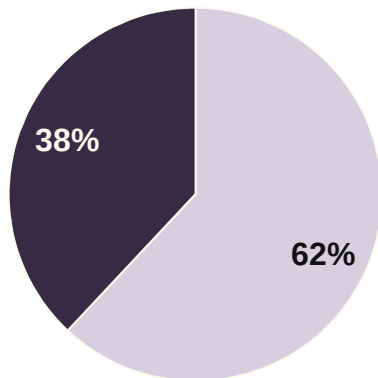
ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Struktura sprzedanych pokojonocy

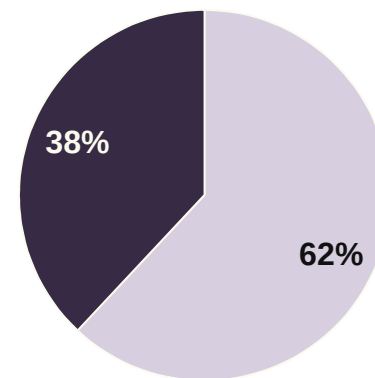
1 kwartał 2012



Narodowość

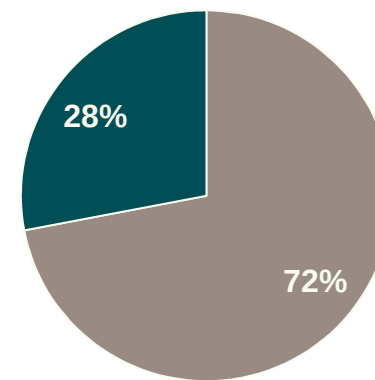
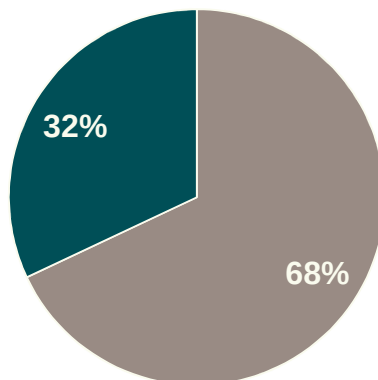
- Polacy
- Cudzoziemcy

1 kwartał 2011



Rodzaj klientów

- Klienci biznesowi
- Turyści



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Wyniki operacyjne w podziale na kategorię hoteli

1 kw. 2012	Frekwencja		ARR*		RevPAR**	
	(%)	Δ pkt. proc. (YoY)	PLN	(%) YoY	PLN	(%) YoY
Up&Midscale	39,3	+ 0,0	243,2	+ 4,9	95,6	+ 4,9
Ekonomiczne	50,1	+0,2	167,2	+ 1,9	83,7	+ 2,2

* ARR – Średnia cena za pokój

** RevPAR – Przychód na jeden dostępny pokój



SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Wyniki finansowe
1 kwartał 2012

Wyniki finansowe grupy hotelowej Orbis za 1 kwartał 2012

tys. PLN	1 kw. 2012	1 kw. 2011	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	137 793	144 488	-4,6%
Przychody ze sprzedaży - like-for-like*	137 793	140 408	-1,9%
EBITDA like-for-like*	20 691	24 376	-15,1%
Wynik netto	(7 103)	3 081	-

* like-for-like: po eliminacji wpływów zdarzeń jednorazowych oraz wyników zamkniętych hoteli w 2011 i 2010 roku

- Pozytywna tendencja obserwowana w 2011 r. uległa nieznacznemu spowolnieniu, jednakże nie oznacza to zmiany trendu, gdyż ze względu na sezonowy charakter działalności, pierwszy kwartał ma najmniejszy udział w wynikach branży hotelarskiej w Polsce w ramach cyklu rocznego

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget *Etap*

Orbis
Grupa Hotelowa

Wyniki Grupy Orbis

tys. PLN	1 kw. 2012	1 kw. 2011	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	142 963	149 220	-4,2%
EBITDA na działalności kontynuowanej	18 304	35 268	-48,1%
Wynik netto	(7 834)	413	-

- ▶ Wyniki pierwszego kwartału nie mają istotnego znaczenia dla wyników całego roku, ponieważ zwykle:
 - ▶ EBITDA operacyjna bez wpływu zdarzeń jednorazowych wypracowywana w tym okresie stanowi jedynie ok. 10% rocznego wskaźnika
 - ▶ charakteryzują się one wysokim stopniem wrażliwości i w dużej mierze zależą od konkretnych umów oraz dużych imprez organizowanych w tym okresie
- ▶ Różnica w poziomie EBITDA i wyniku netto jest w dużej mierze efektem sprzedaży hoteli Neptun w Szczecinie i Cracovia w Krakowie w 1 kwartale 2011 r., na której zrealizowano zysk w wysokości 16,6 mln zł.

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

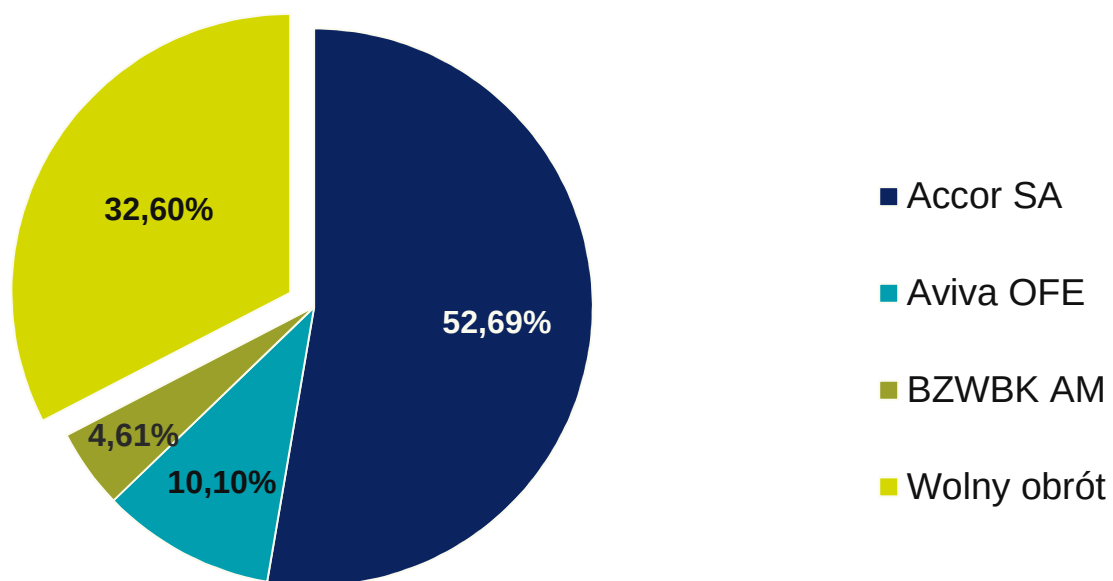
ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Sekcja inwestorska

Struktura akcjonariatu



Fitch Rating BBB+ stabilny
Według raportu za październik 2011

Stan na 26 kwietnia 2012

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

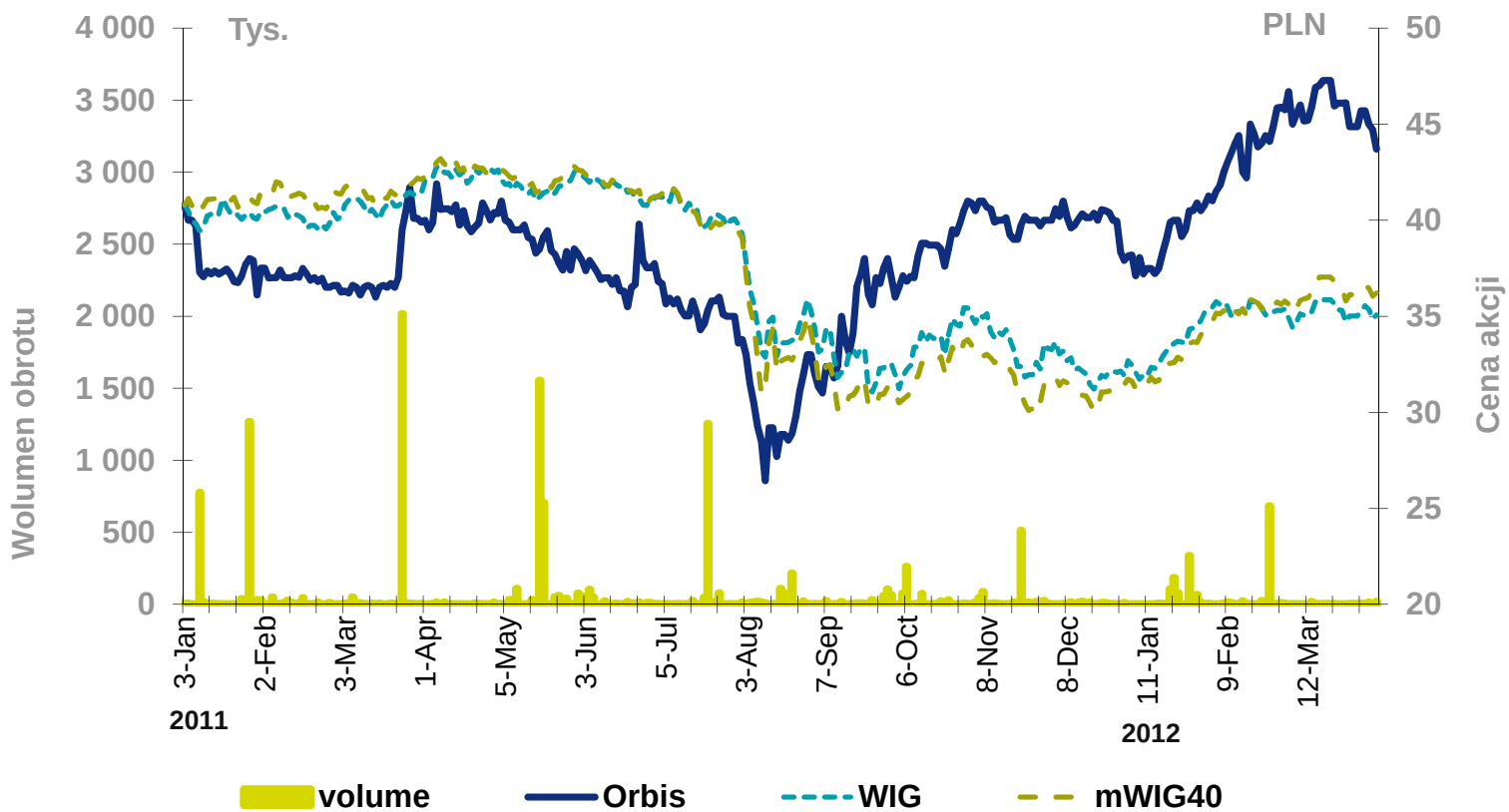
ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget *Etap*

Orbis
Grupa Hotelowa

Cena akcji i wolumen obrotu



* Wartość indeksów przeszacowana w oparciu o cenę akcji Orbis SA

SOFITEL
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget Etap

Orbis
Grupa Hotelowa

Kontakt

Relacje Inwestorskie Orbis SA

Dorota Wierucka

tel. +48 22 829 39 24

dorota.wierucka@accor.com

S O F I T E L
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ORBIS
HOTELS

ibis
budget *Etap*

Orbis
Grupa Hotelowa