



Wyniki Orbis SA w 1 kwartale 2014 r.

Prezentacja inwestorska

Warszawa, maj 2014

Orbis
Grupa Hotelowa

S O F I T E L
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ibis
STYLES

ORBIS
HOTELS

ibis
budget

Agenda



____ Podsumowanie wyników w 1 kwartale 2014 roku

____ Rozwój działalności

____ Wyniki operacyjne i finansowe

Podsumowanie wyników w 1 kwartale 2014



Sofitel Warsaw Victoria

W 1 kw. 2014 roku Orbis rozwinął i udoskonalił swoją działalność



Wzrost wyniku EBITDA o 9,5% do 14,8 mln zł w ujęciu „like-for-like”

Solidne wyniki operacyjne w obu segmentach działalności: wzrost RevPAR o 4,4% w hotelach kat. średniej i wyższej i o 1,6% w segmencie ekonomicznym

Wzrost udziału Orbis w rynku dzięki nowym umowom franczyzy i zarządzania oraz wprowadzeniu marek Accor na rynek łotewski

Znaczący sukces programu Le Club Accorhotels: 330 tysięcy uczestników

Ponowne otwarcie hotelu Sofitel Warsaw Victoria po modernizacji

Orbis promuje kobiety i wdraża program WAAG w Polsce

Solidne wyniki finansowe i operacyjne



Like-for-like*	1kw 2013	1kw 2014	% zmiany
Przychody (m PLN)	124,8	126,4	+1,3%
EBITDA operacyjna (m PLN)	13,5	14,8	+9,5%
Frekwencja (%)	45,3	45,5	+0,2 pp
Średnia cena za pokój (PLN)	190,6	196,6	+3,1%
Przychód na jeden dostępny pokój (PLN)	86,4	89,6	+3,7%

Pierwszy kwartał 2014 roku przyniósł dobre wyniki i rosnący popyt w istotnych dla Spółki miastach. Oczekujemy, że ten pozytywny trend utrzyma się także w nadchodzących miesiącach.

Rozwój działalności



Dalsza ekspansja sieci dzięki franczyzie i zarządzaniu hotelami



Wzrost udziału Orbis w rynku dzięki nowym umowom franczyzy i zarządzania oraz wprowadzeniu marek Accor na rynek łotewski

Nowe umowy franczyzy:

- ▶ Pullman Riga (160 pokoi)
- ▶ ibis Styles Grudziądz (82 pokoje)

Do Grupy dołączyły hotele:

- ▶ Mercure Marijampole na Litwie (47 pokoi)
- ▶ Mercure Riga Center (143 pokoje)
- ▶ Mercure Raławice Dosłońce (67 pokoi)



Podsumowanie podpisanych dotychczas umów franczyzy i o zarządzanie



		Nazwa hotelu	Liczba pokoi	Termin otwarcia						
				2012	2013	2014				2015
						1Q	2Q	3Q	4Q	
Istniejące hotele	1	ibis Kaunas Centre (Lithuania)	125	M						
	2	ibis Styles Gdynia Reda	110	F						
	3	Mercure Kasprowy Zakopane	288	F						
	4	Mercure Piotrków Tryb. Vestil	69		F					
	5	Mercure Krynica Zdr. Resort & Spa	100		F					
	6	Mercure Warszawa Airport	117		F					
	7	ibis Styles Wałbrzych	130		F					
	8	Mercure Wisła Patria	42		F					
	9	Mercure Raclawice Dosłońce	67			F				
	10	Mercure Marijampole	47				F			
Nowe inwestycje	11	Mercure Sosnowiec	120							M
	12	ibis Styles Sosnowiec	80							M
	13	ibis Styles Białystok	130							F
	14	ibis Styles Wrocław	130					F		
	15	ibis Styles Siedlce	100							F
	16	ibis Styles Nowy Sącz	56						F	
	17	Mercure Riga	143				F			
	18	Mercure Sepia Bydgosz	90					F		
	19	ibis Styles Grudziądz	82							F
	20	Pullman Riga Latvia	160							F
		Razen	2 186	3	5	1	2	2	1	6

Wzrost wartości dla akcjonariuszy

—— Dzięki korzystnemu otoczeniu gospodarczemu oraz stabilnej sytuacji finansowej Spółki Zarząd rozważa możliwość zaangażowania się w wybrane projekty rozwojowe, gwarantujące **satysfakcjonujący zwrot z inwestycji, zwiększające wartości spółki dla akcjonariuszy i generujące dodatkowy zysk operacyjny.**

—— Przykładem takiego działania jest zawarcie przez Orbis przedwstępnej umowy zakupu działki w centrum Krakowa w celu wybudowania tam 200-pokojowego hotelu marki Mercure. Jesteśmy przekonani, że ta inwestycja może przynieść Spółce znaczące korzyści i **będzie komplementarna do naszej oferty na tym strategicznym rynku hotelowym.**

Modernizacje hoteli



W marcu Spółka świętowała ponowne otwarcie hotelu **Sofitel Warsaw Victoria** po modernizacji. Podnoszenie standardu hoteli pozostaje jednym ze strategicznych celów Grupy. Prace modernizacyjne prowadzone są także w hotelach **Novotel Warszawa Centrum** oraz **Orbis Gdynia**.

Orbis zainwestował również w segment hoteli ekonomicznych marki ibis, w których wprowadzono nowoczesną koncepcję gastronomii – „**ibis Kitchen**”.

Na gości w hotelach **ibis Warszawa Stare Miasto**, **ibis Warszawa Centrum** oraz **ibis Warszawa Ostrobramska** czeka bardziej otwarty, bardziej atrakcyjny w aranżacji wnętrz i w ofercie „**ibis Kitchen**”.



Orbis promuje kobiety i wdraża program WAAG w Polsce



- ▶ Mając na uwadze promowanie kobiet i dzielenie się dobrymi praktykami, Orbis przystąpił do WAAG „Women at Accor Generation” – społeczność kobiet w Grupie Accor
- ▶ Tylko w 1 kw. prawie 100 kobiet, które dołączyły do programu realizowanego przez Orbis w Polsce.

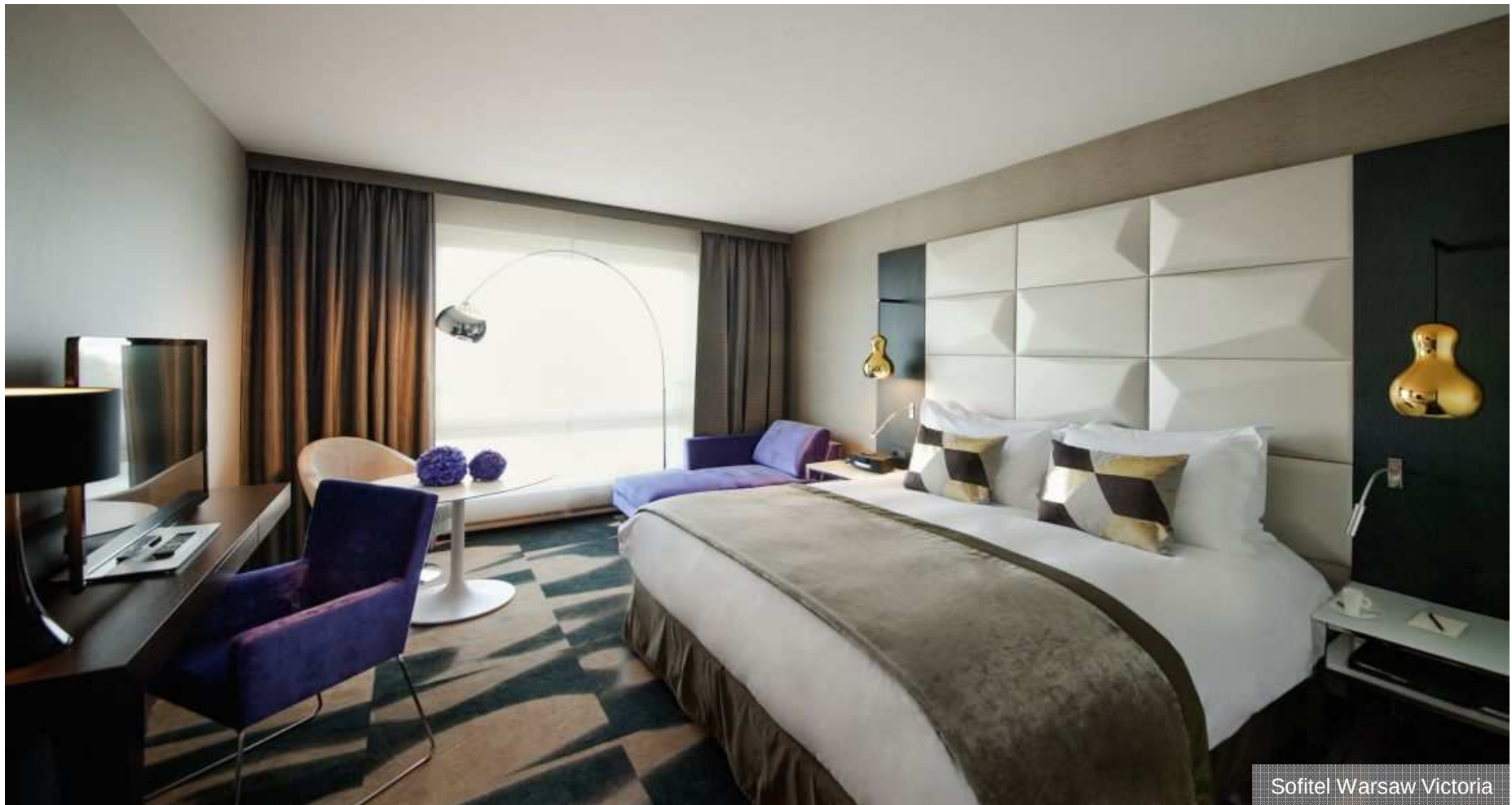
Orbis inwestuje także w profesjonalne szkolenia gwarantujące wysoką jakość i standard usług oferowanych w hotelach.

Accor Academie w Warszawie – centrum szkoleniowe Orbisu, przeszkoliło w 1kw. 2014 blisko 300 pracowników, którzy odbyli łącznie 400 dni szkoleń.

Dzięki programowi Oxygen dla przyszłych menadżerów, odkryliśmy potencjał w 39 utalentowanych i ambitnych pracownikach!



Wyniki operacyjne i finansowe



Sofitel Warsaw Victoria

1kw. 2014 roku przyniósł dobre wyniki i rosnący popyt w istotnych dla Spółki miastach



_____ Pozytywny trend gospodarczy, który zaznaczył się na rynku w drugiej połowie 2013 roku, utrzymuje się także w roku 2014

_____ W oparciu o analizę aktualnego stanu rezerwacji oraz sytuacji na rynku, tzn. rosnącego popytu, wierzymy, że pozytywny trend w wynikach operacyjnych będzie kontynuowany w kolejnych miesiącach, o ile sytuacja gospodarcza nie ulegnie pogorszeniu

Solidne wyniki operacyjne w obu segmentach działalności



1 kw. 2014	Frekwencja		ARR*		RevPAR**	
Like-for-like	(%)	Δ pp (YoY)	PLN	(%) YoY	PLN	(%) YoY
Up & Midscale	44,1%	+0,6 pp	220,4	+2,8%	97,3	+4,4%
Ekonomiczny	49,0%	-0,8 pp	143,6	+3,2%	70,4	+1,6%
Razem	45,5%	+0,2 pp	196,6	+3,1%	89,6	+3,7%

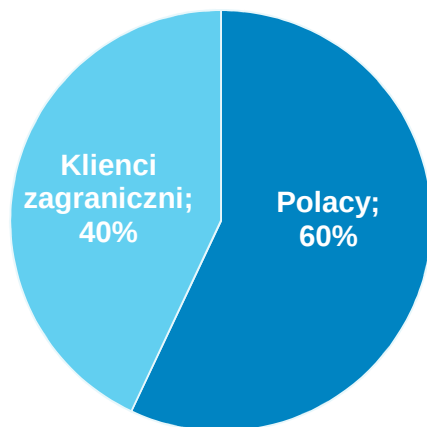
W podziale na segmenty działalności, wzrost RevPAR w ujęciu „like-for-like” wyniósł 4,4% w hotelach kategorii średniej i wyższej oraz 1,6% w segmencie hoteli ekonomicznych. Wzrost ten był możliwy dzięki wyższym cenom w obu segmentach rynku.

* ARR – Average Room Rate

** RevPAR – Revenue per Available Room

Struktura sprzedanych pokojonocy

1 kw. 2013



Narodowość

1 kw. 2014



Business mix



Wyniki finansowe Grupy Hotelowej Orbis



tys. PLN	1 kw. 2013	1 kw. 2014	Zmiana
Przychody netto like-for-like*	124,8	126,4	+1,3%
EBITDA	21,2	15,3	-27,7%
EBITDA like-for-like*	13,5	14,8	+9,5%

Istotny wpływ na różnicę w poziomie wyniku EBITDA rok do roku jest efektem dokonanej w lutym 2013 roku sprzedaży zorganizowanej części przedsiębiorstwa hotelu Mercure Kasprowy w Zakopanem. Po eliminacji wpływu zdarzeń jednorazowych EBITDA za pierwszy kwartał 2014 roku jest o 9,5% wyższa w porównaniu do roku ubiegłego.

* like-for-like: po eliminacji wpływów zdarzeń jednorazowych oraz wyników zamkniętych i nowo otwartych hoteli.

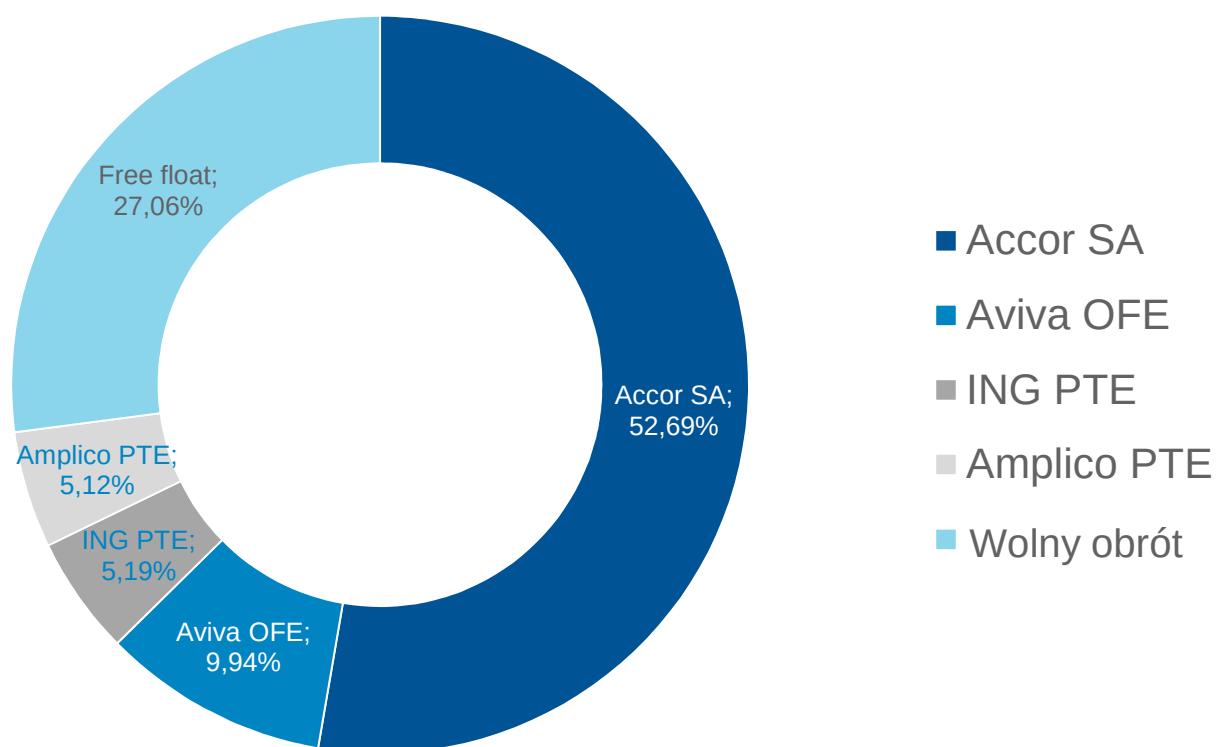
Załącznik



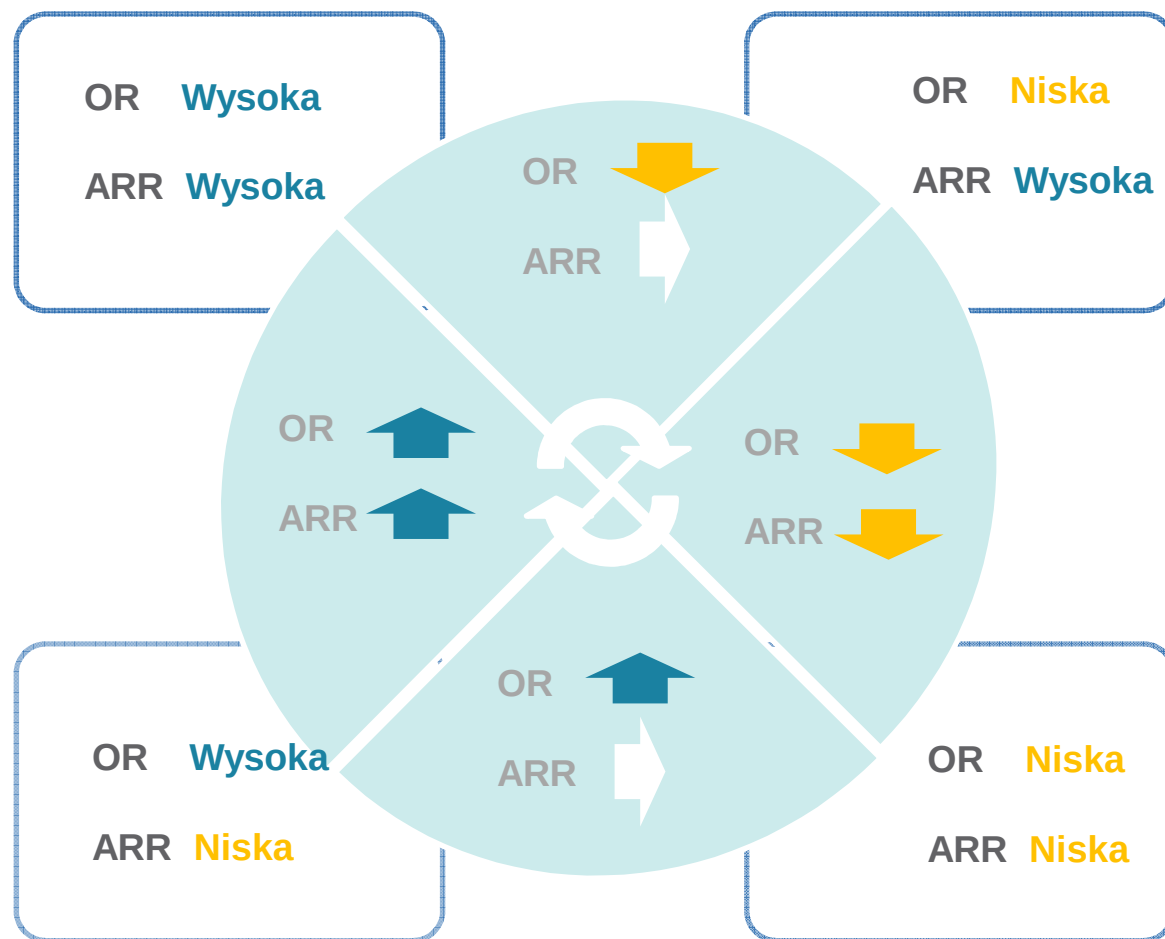
Novotel Kraków Centrum

Struktura akcjonariatu

Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu



Zmiany frekwencji i średniej ceny w cyklu koniunkturalnym

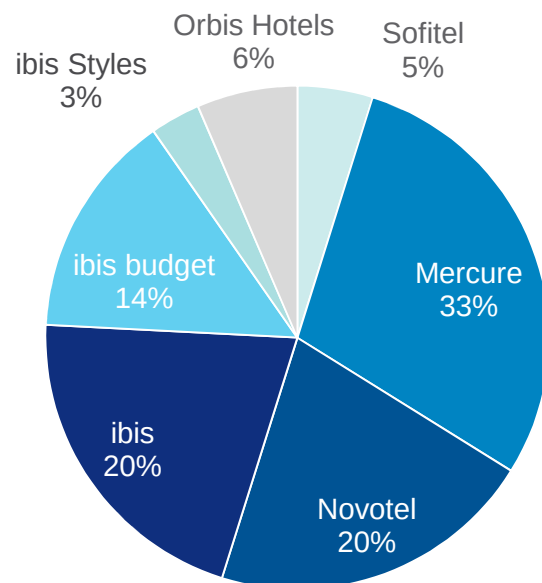


OR – Occupancy Rate - Frekwencja
ARR – Average Room Rate – Średnia cena za pokój

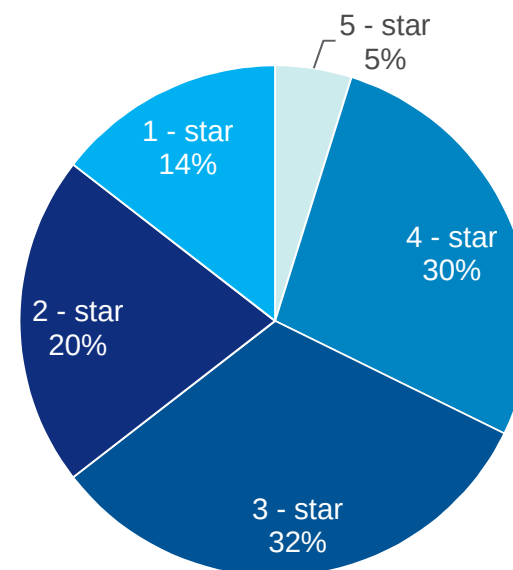
Hotele Orbis



Marki



Standard



Dane na 8 maja 2014 r.

Kontakt



Dorota Nowotny

ORBIS SA

Bracka 16

00-028 Warszawa

+48 22 829 39 24

www.orbis.pl

e-mail: dorota.nowotny@accor.com

