



Orbis SA – wyniki Spółki w 1 półroczu 2014 r.

Warszawa, 26 sierpnia 2014

Orbis
Grupa Hotelowa

S O F I T E L
LUXURY HOTELS

NOVOTEL

Mercure

ibis

ibis
STYLES

ORBIS
HOTELS

ibis
budget

Orbis odnotował znaczną poprawę wyników we wszystkich obszarach swojej działalności



Wyniki operacyjne

+3%

RevPAR
like-for-like

Wyniki finansowe

+3.7%

EBITDA
like-for-like

Modernizacje

42.5 m zł

Projekty
inwestycyjne

Polityka dywidendy

- **50%** wyniku operacyjnego
- potencjalna specjalna dywidenda

W 2014 r. wypłacono
dywidendę 1.5 zł / na akcję

66 hoteli

w Polsce i Krajach
Bałtyckich

Aktywna analiza rynku
pod kontem rozwoju
spółki

Ekspansja
na nowy rynek- Łotwę



NOVO²
LOUNGE BAR



Innowacje

**Społeczna
odpowiedzialność**

2.5 m zł

oszczędności w zużyciu
wody i energii

Agenda



— Rozwój

- Ekspansja, modernizacje

Gilles Clavie, Prezes Orbis SA

— Poprawa efektywności

- NOVO², CSR

Ireneusz Węglowski, Wiceprezes Orbis SA

— Wyniki Spółki

- Wyniki Operacyjne i Finansowe

Marcin Szewczykowski, CFO Orbis SA

— Q&A

Rozwój

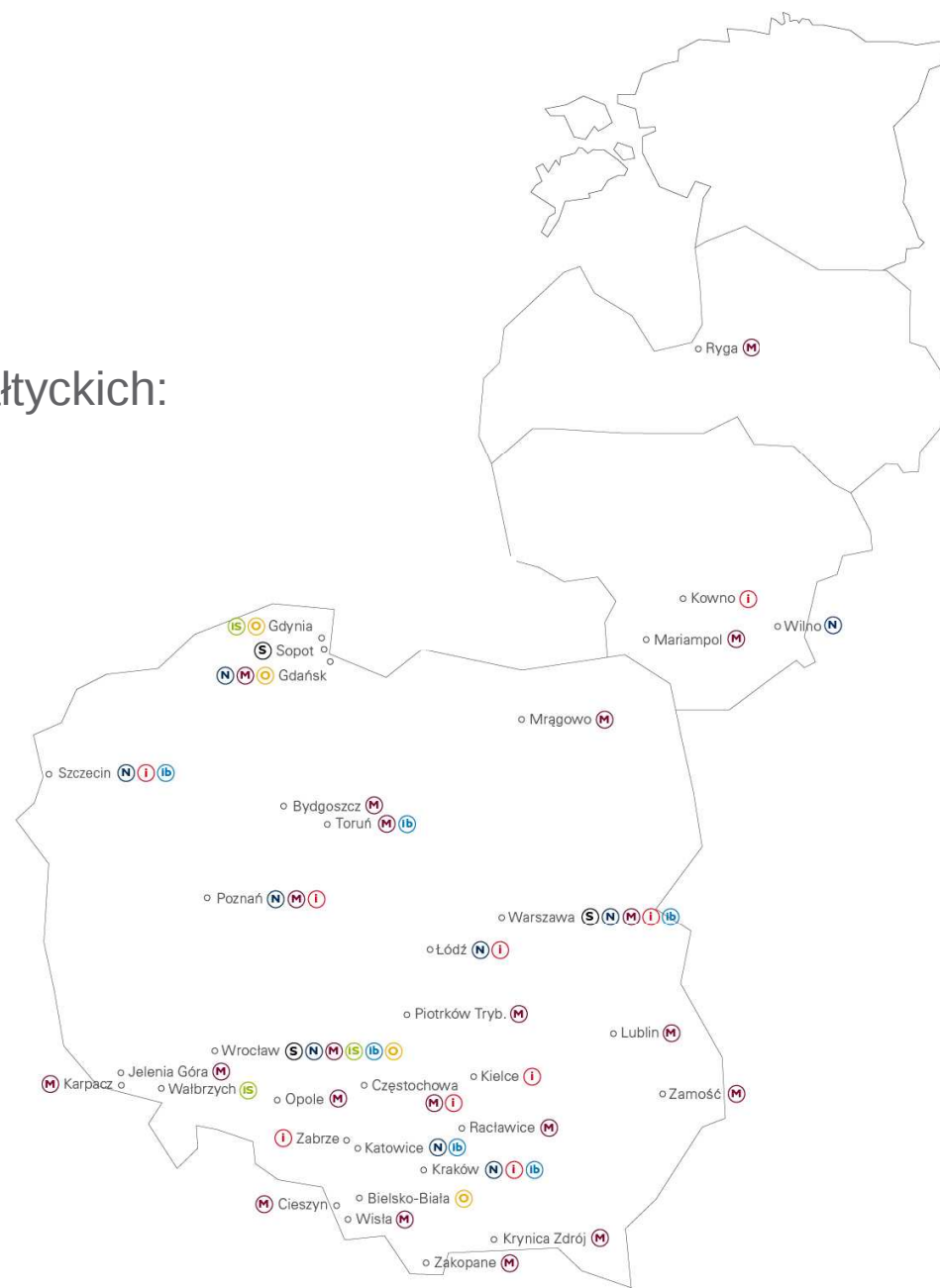


Mercure Riga Centre

Grupa Hotelowa Orbis

62 hotele w Polsce 4 w Krajach Bałtyckich:

- 52 własne
- 10 umów franczyzy
- 3 umowy o zarządzanie
- 1 w leasingu



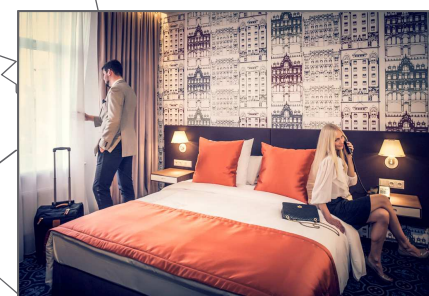
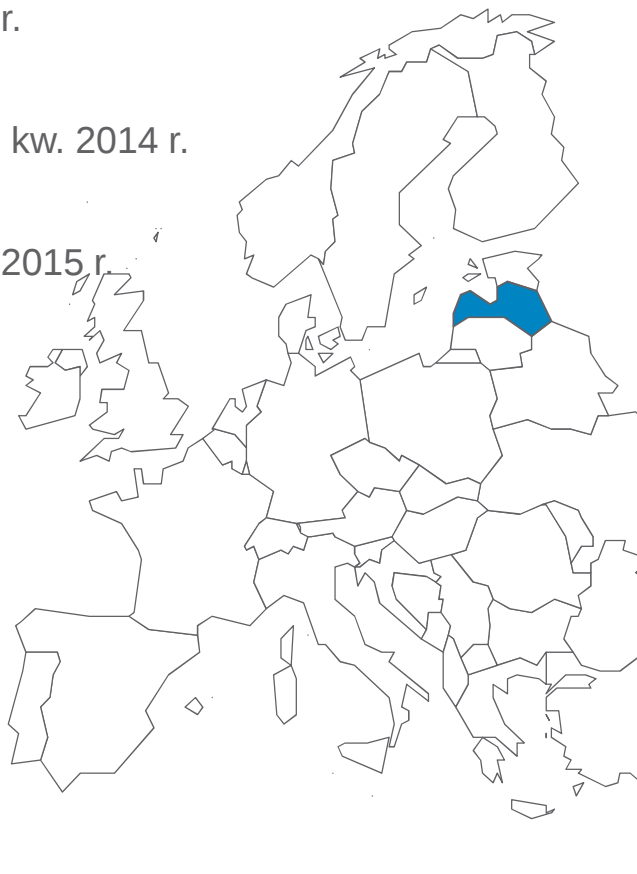
Ekspansja na nowy rynek - Łotwę

Grupa weszła na rynek łotewski:

- **Mercure Riga Centre**
143 pokoje; otwarty w 2 kw. 2014 r.
- **ibis Styles Riga**
76 pokoi; planowane otwarcie w 3 kw. 2014 r.
- **Pullman Riga**
160 pokoi; planowane otwarcie w 2015 r.

Polska i Kraje Bałtyckie

Grupa będzie koncentrować się na priorytetach strategicznych tj.:
doskonalenie produktu
modernizacja hoteli, dalsza
ekspansja sieci poprzez zawieranie
umów franczyzy i o zarządzanie,
jak również poprzez realizację
potencjalnych projektów
rozwojowych podnoszących
wartość Spółki dla akcjonariuszy!



Dalszy rozwój produktów



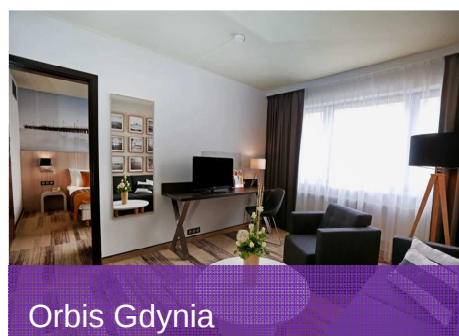
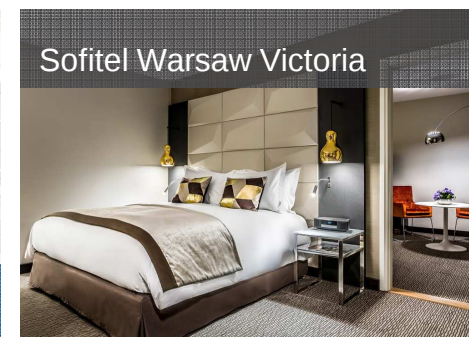
42.5 miliony zł przeznaczone na projekty modernizacyjne w 1 poł. 2014 r.

Kluczowe prace remontowe przeprowadzono w hotelach:

- Sofitel Warsaw Victoria
- Novotel Warszawa Centrum
- Orbis Gdynia

uwzględniając wysoki poziom ROE.

Mocny nacisk położony na inwestycję w IT i systemy dystrybucji, zwłaszcza w zakresie cyfryzacji, która jest obecnie siłą napędową branży



Ponadto w 6 hotelach marki Novotel i w 1 hotelu marki Mercure zrealizowane zostały inne projekty mające na celu podniesienie standardu.

Poprawa efektywności



NO²
VO

NOVO² - nowy koncept gastronomiczny we wszystkich hotelach marki Novotel w Polsce



NOVO² opiera się na trzech kluczowych wartościach:

- **VITALITY (zdrowie)** – nawiązuje do prozdrowotnych i zgodnych ze środowiskiem rozwiązań
- **CONNECT - AINMENT (rozrywka)** - goście przebywający w NOVO2 mogą poczuć się dobrze i swobodnie dzięki oryginalnemu wystrojowi oraz międzynarodowej kuchni
- **IMAGINATION (inspiracje)** - umożliwia poznawanie wyjątkowych smaków z całego świata

Projekt NOVO² został wprowadzony w 4 hotelach pilotażowych: Novotel Warszawa Airport, Novotel Gdańsk Marina, Novotel Kraków Centrum i Novotel Wrocław. W drugiej połowie roku koncept zostanie wdrożony w pozostałych hotelach Novotel w Polsce.



Orbis wyznacza trendy CSR w polskiej branży hotelowej



- Kolejne 20 młodych osób, które znajdują się w trudnej sytuacji życiowej, skorzystało z programu „**Accordeon Samodzielności**”, uzyskując pomoc w usamodzielnieniu się i wejściu na rynek pracy. Jest to program społeczny zainicjowany przez pracowników hotelu Novotel Warszawa Centrum
- Orbis zaangażował się także w zapobieganie i przeciwdziałanie wykorzystywaniu dzieci w sektorze turystycznym i został zaproszony do aktywnego udziału w ogólnoswiatowej kampanii „**Nie odwracaj wzroku**” Stowarzyszenia do Walki z Dziecięcą Prostytycją i Pornografią [ECPAT]



W 1 pół. 2014 r. udało się obniżyć zużycie wody i energii o odpowiednio 12,8% i 1,3%, co przełożyło się na oszczędności w łącznej kwocie **2,5 mln zł**



ACCORDEON
samodzielności

Wyniki Grupy



Mercure Riga Centre

Satysfakcjonujące wyniki operacyjne



Grupa Hotelowa Orbis

+3%

RevPAR
like-for-like

+2.2%

ARR like-for-like

+0.4 pp

OR like-for-like

Hotele klasy
średniej i wyższej

+3.9%

RevPAR
like-for-like

+1.1%

ARR like-for-like

+1.5 pp

OR like-for-like

Hotele ekonomiczne

-0.1%

RevPAR
like-for-like

+3.6%

ARR like-for-like

-2.2 pp

OR like-for-like

- Zwiększony popyt na imprezy MICE w hotelach wszystkich marek
- Na osiągnięte wyniki największy wpływ wywarły ceny, które wzrosły w obu segmentach biznesowych
- Pozytywne tendencje odnotowano w zakresie liczby klientów biznesowych
- Wyniki hoteli ekonomicznych na poziomie z roku ubiegłego, przy znaczącym wzroście średniej ceny za pokój i spadku frekwencji

Dobre wyniki finansowe



322.8 m zł

+1.9%

Przychody like-for-like

85.1 m zł

+3.7%

EBITDA like-for-like

26.3 m zł

+19.7%

Zysk netto

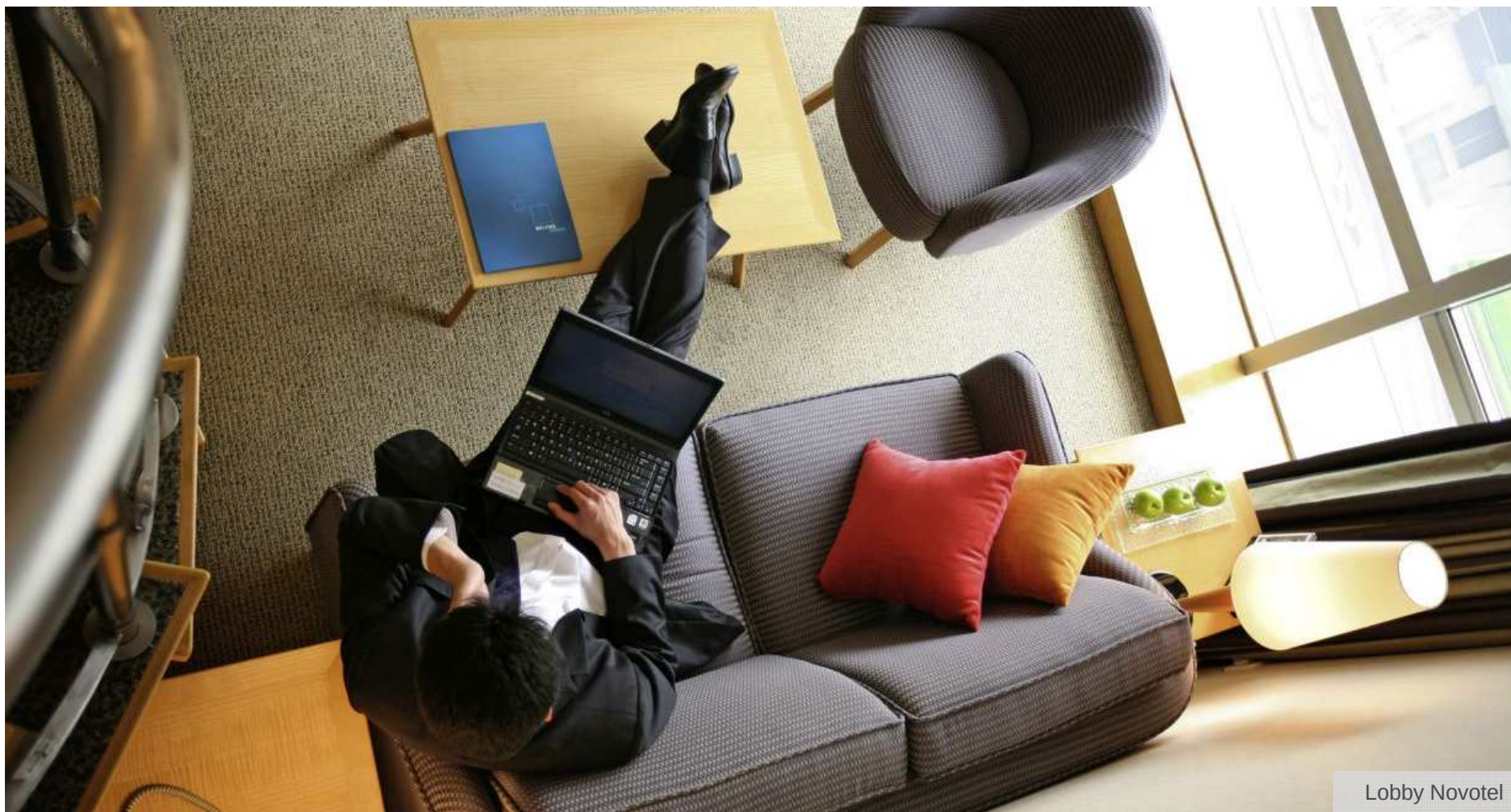
- Solidne wyniki finansowe są rezultatem pozytywnych wskaźników operacyjnych Grupy oraz dodatkowych korzyści płynący ze zmodernizowanych hoteli
- W pierwszym półroczu 2014 r. w polskiej gospodarce utrzymywały się pozytywne tendencje, pomimo nieznacznego spadku dynamiki wzrostu w 2 kwartale

Perspektywy

- Nie możemy oczekiwać porównywalnej dynamiki wzrostu wyników w 2 pół. 2014 r., gdyż pozytywny trend w polskiej gospodarce był już widoczny w 2 połowie 2013 r.
- Ponadto dzięki Kongresowi Klimatycznemu w listopadzie ubiegłego roku Orbis zaraportował kilka dodatkowych milionów zł w przychodach
- Spółka opublikuje prognozę roczną wyniku EBITDA we wrześniu



Q&A



Lobby Novotel

Załączniki



Mercure Riga Centre

Wyniki operacyjne



1H 2014	Frekwencja		ARR*		RevPAR**	
Like-for-like	(%)	Δ pp (YoY)	PLN	(%) YoY	PLN	(%) YoY
Up & Midscale	55.3%	+1.5 pp	233.5	+1.1%	129	+3.9%
Ekonomiczne	58.2%	-2.2 pp	151.7	+3.6%	88.3	-0.1%
Razem	56.1%	+0,4 pp	209.2	+2.2%	117.4	+3,0%

* ARR – Średnia cena za pokój

** RevPAR – Przychód za jeden dostępny pokój

Wyniki finansowe Grupa Hotelowa Orbis



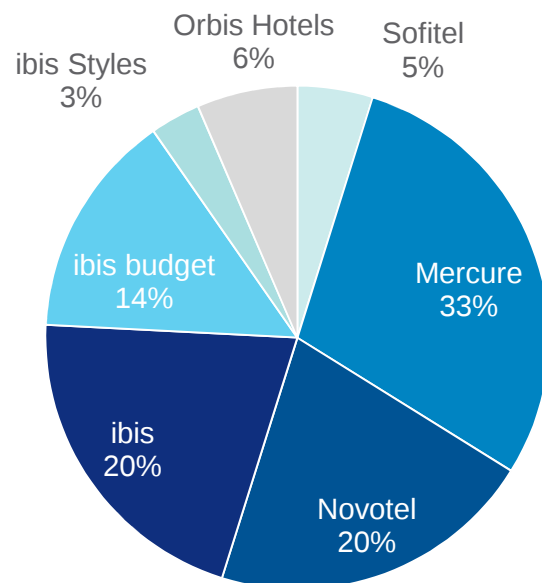
PLN '000	1 poł. 2013	1 poł. 2014	Zmiana
Przychody like-for-like*	316.9	322.8	+1.9%
EBITDA like-for-like*	82.0	85.1	+3.7%
Zysk netto	22.0	26.3	+19.7%

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

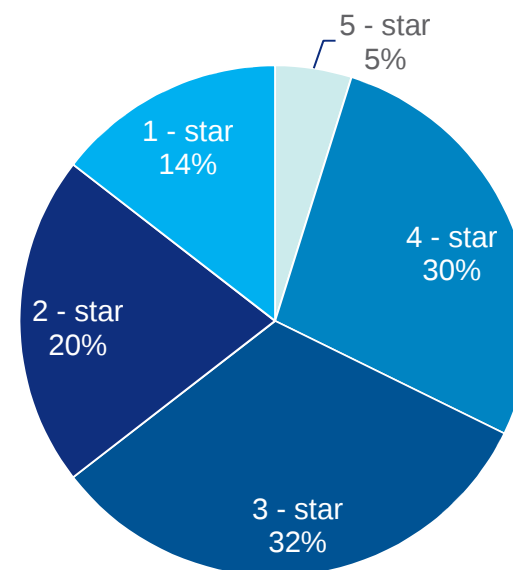
Hotele Orbis



Marki



Standard

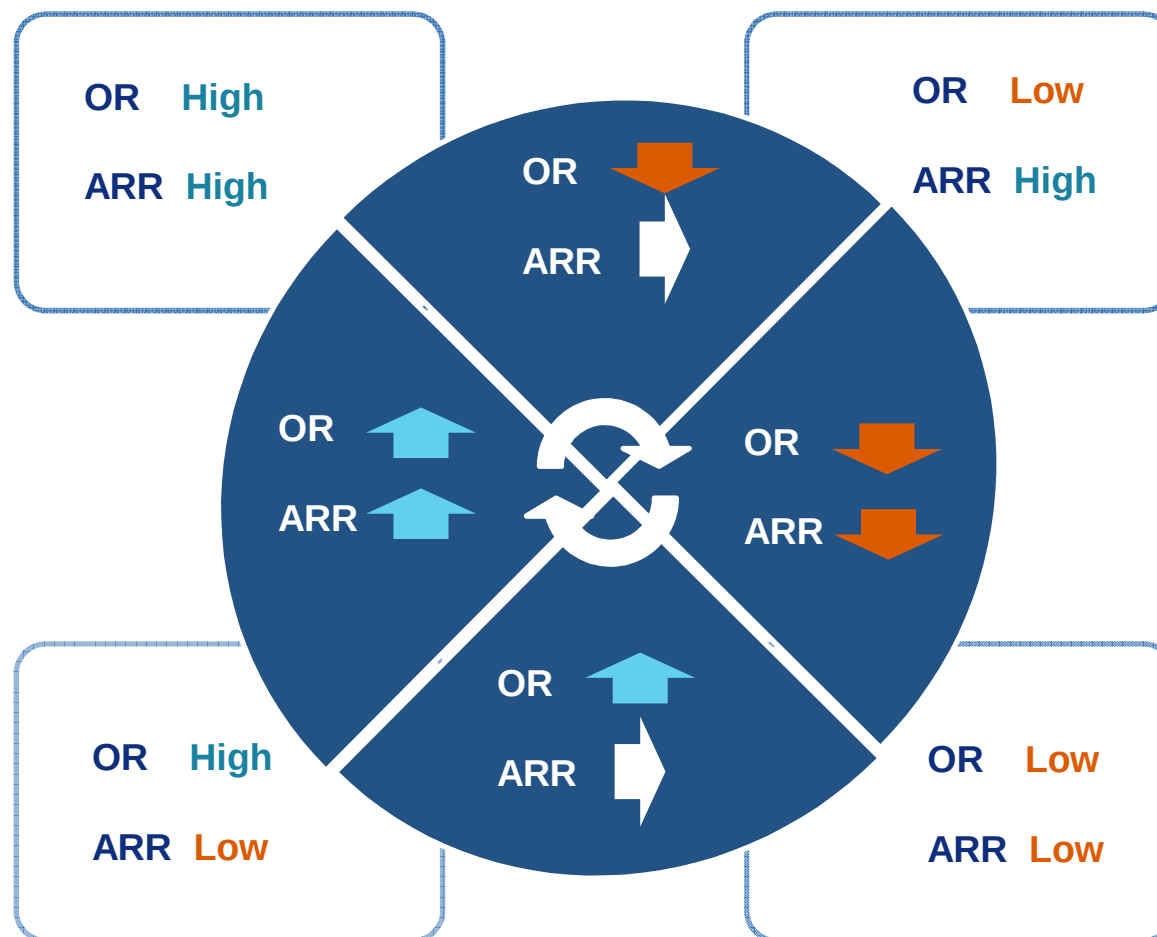


Dane na 26 sierpnia 2014 r.

Umowy franczyzy i o zarzadzanie

		Nazwa hotelu	Liczba pokoi	Termin otwarcia								
				2012	2013	2014				2015		
						1Q	2Q	3Q	4Q			
Hotele działające	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 Raławice Dostońce	67			F						
	10	Mercure Marijampole	47				F					
	11	Mercure Riga	143				F					
		Total	1 238	3	5	1	2					
Planowane otwarcia	1	ibis Styles Ryga	76					F				
	2	ibis Styles Wrocław	130					F				
	3	Mercure Sepia Bydgosz	90					F				
	4	ibis Styles Nowy Sącz	56						F			
	5	Mercure Sosnowiec	120							M		
	6	ibis Styles Sosnowiec	80							M		
	7	ibis Styles Białystok	130							F		
	8	ibis Styles Siedlce	100							F		
	9	ibis Styles Grudziądz	82							F		
	10	Pullman Riga Latvia	160							F		
	11	ibis Poznań North	77							F		
		Total	1 101					3	1	7		

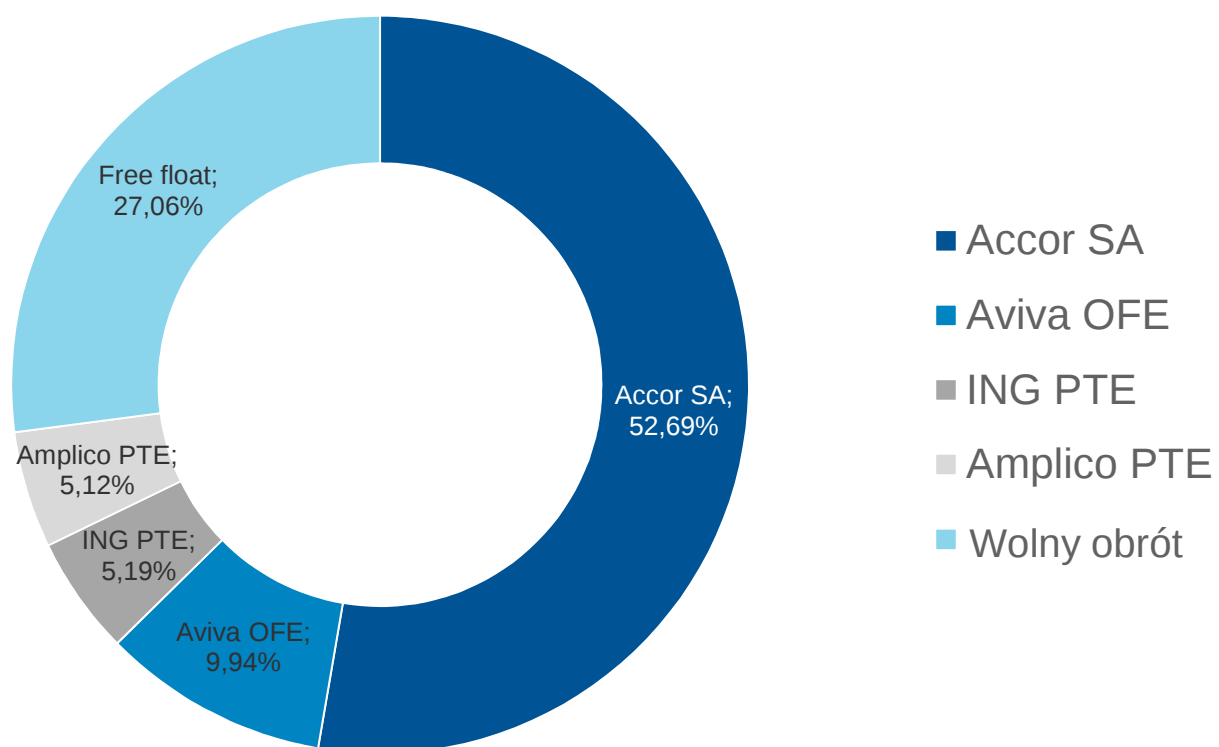
Zmiany frekwencji i średniej ceny w cyklu koniunkturalnym



OR – Occupancy Rate
ARR – Average Room Rate

Struktura akcjonariatu

Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu



Kontakt



Dorota Nowotny

ORBIS SA

Bracka 16

00-028 Warszawa

+48 22 829 39 24

www.orbis.pl

e-mail: dorota.nowotny@accor.com

