

29 Października 2012 r.

Temat: Omówienie wyników finansowych Orbis SA za III kwartał 2012r.

Moderator: Witamy na czacie, zapraszamy do zadawania pytań

mirek: Czy sprzedaż hotelu w Zakopanem wchodzi w strategię restrukturyzacji portfela nieruchomości Państwa spółki? Czy decyzja sprzedażowa miała inne podłoże?

Orbis: Tak, gdyż transakcja jest w formule sale and franchise back, czyli zawiera umowę franczyzy marki Mercure.

Terry: Jak kształtują się poziom przychodów oraz jak porównają go Państwo do sytuacji z zeszłego roku?

Orbis: W 3 kwartale 2011 roku w związku z Prezydencją Spółka osiągnęła dodatkowe przychody. W 3 kwartale 2012 udało nam się utrzymać przychody praktycznie na tym samym poziomie (prawie 193 mln PLN)

observer: Co oznacza dla spółki potwierdzenie ratingu BBB+? Jak wcześniej kształtował się ów ranking i jakie macie w związku z tym perspektywy?

Orbis: Aktualny rating BBB+ jest identyczny z ubiegłorocznym, co oznacza pozytywną ocenę kondycji ekonomicznej Spółki w oczach agencji ratingowej. Rating wyraża również perspektywę stabilną na kolejne 12 miesięcy.

value: Jak jednak w sposób bezpośredni Prezydencja wpłynęła na wyniki spółki? Jakie inne korzyści z niej wyciągnęliście?

Orbis: W drugim półroczu 2012, w czasie Prezydencji, miało miejsce kilkaset różnego rodzaju imprez, co w bezpośredni sposób (wyższa frekwencja i średnie ceny w hotelach, konferencje, imprezy gastronomiczne) wpłynęło na zwiększenie przychodów. Ponadto w związku z dużą ilością zagranicznych gości umocniła się percepcja Polski, co powinno przynieść korzyści w średniej i dłuższej perspektywie.

Inwestorek: Jak kryzys w branży wpływa na spółkę? Czy obecny sezon i bankructwa kilku spółek wpłynęły lepiej czy gorzej na Orbis?

Orbis: Branża hotelowa jest bezpośrednio skorelowana z sytuacją gospodarczą w kraju. Bankructwa spółek działających w obszarze turystyki mogą mieć negatywny wpływ na hotelarstwo. Podobnie programy oszczędnościowe w przedsiębiorstwach mogą dotyczyć ograniczenia podróży służbowych, szkoleń i konferencji.

pan_tadeusz: Jak kształtują się Państwa perspektywy związane z nieruchomościami oraz co z restrukturyzacją portfela?

Orbis: Restrukturyzacja przebiega zgodnie z planem. Ostatnio zbyliśmy nieruchomość po byłym hotelu Polonez w Poznaniu.

Adam_Maluszynski: Co wpłynęło na Państwa ruchy związane ze sprzedażą hoteli należących do Państwa grupy (Polonez, Kasprowy)? Planujecie kolejne sprzedaże?

Orbis: Strategia "asset light" zakłada m.in. zamknięcie i sprzedaż nierentownych nieruchomości, które wymagają wysokich nakładów inwestycyjnych. W przypadku Kasprowego, nie zamierzamy wycofywać marki Mercure z rynku zakopiańskiego i dlatego podpisaliśmy umowę franczyzy. W portfelu nieruchomości do zbycia mamy jeszcze obiekty, tj. w Sosnowcu i w Częstochowie.

Tecnick: Jednak czy Spółka podejmuje działania, aby w przyszłym roku, krótko mówiąc, ranking był bardziej korzystny? Jeżeli tak to jakie?

Orbis: W naszej ocenie rating BBB+ jest korzystny biorąc pod uwagę aktualną sytuację ekonomiczną.

Quant: Czy zamierzają Państwo prowadzić jakieś działania inwestycyjne ?

Orbis: Aktualnie kończymy inwestycję hotelu Novotel w Łodzi oraz rozważamy kilka modernizacji, głównie hoteli warszawskich.

Apple: Uważacie Państwo, że cena za hotel Kasprowy - 51 mln zł, jest ceną zadowalającą?

Orbis: Ostateczna cena wynosi 52 mln zł i została ustalona w drodze negocjacji.

victor: Co planujecie Państwo na 2013 rok?

Orbis: Otwarcie hotelu Novotel w Łodzi i dalszy rozwój sieci w oparciu o umowy franczyzy i o zarządzanie.

emeryt: Jakie jest długoterminowe podejście spółki do tematu polityki dywidendowej? Jakie są plany zmian w najbliższym okresie?

Orbis: Wyniki spółki zależą od sytuacji makroekonomicznej, stabilna sytuacja rynkowa będzie sprzyjać rekomendacją zarządu, co do wypłaty dywidendy akcjonariuszom.

Profesjonalny: Dlaczego zysk na akcji jest na tak niskim poziomie, w odniesieniu do wcześniejszych wartości?

Orbis: W 2011 przeprowadziliśmy kilka dużych transakcji jednorazowych ze znacznym wpływem na wynik.

Mazankiewicz: Mógłby Pan powiedzieć coś więcej o strategii "asset light"?

Orbis: Strategia "asset light" zakłada restrukturyzację portfela hoteli w kierunku zwiększenia udziału nieruchomości, które nie są naszą własnością. Zbywamy hotele niestrategiczne i wymagające wysokich nakładów oraz rozwijamy sieć poprzez franczyzę i umowy o zarządzanie.

stoog: Jakie przychody przynoszą Litewskie hotele, jakie posiadacie w portfelu?

Orbis: Po 9 miesiącach kilkanaście milionów złotych.

Vesper: Czy zatem obecne wyniki nie są jednak wynikiem jednorazowego eventu i krótkoterminowej współpracy?

Orbis: Narastające wyniki po 9 miesiącach zawierają oczywiście mistrzostw Euro EURO 2012.

Curio: Jak skomentujecie Państwo wartość przychodów oraz osiągnięte zyski?

Orbis: W aktualnej sytuacji makro, oceniamy wyniki jako pozytywne i zgodne z opublikowaną prognozą EBITDA.

observer: Jaki był powód sprzedaży hotelu Mercure Kasprowy? Na co chcecie przeznaczyć pozyskane środki oraz kiedy ostatecznie nastąpi finalizacja transakcji

Orbis: Głównie niezbędne wysokie nakłady inwestycyjne.

bethel: Czy mogą Państwo określić jaki jest średni koszt (roczny lub miesięczny) utrzymania obiektów typu Mercure Kasprowy?

Orbis: Nie podajemy takich informacji do publicznej wiadomości.

Kosiu: Jak Zarząd ocenia obecny kurs akcji spółki?

Orbis: Oczywiście za niski :)

akcjonariusz: Jak na wyniki Grupy przełoży się planowany rozwój sieci ibis styles

Orbis: Ibis Styles jest marką pozwalającą powiększać sieć o niestandardowe obiekty w segmencie *** (3 gwiazdki).

hellen: Czy jesteście Państwo zadowoleni z efektu Euro2012? czy jesteście w stanie określić jego realne wyniki?

Orbis: Tak jesteśmy zadowoleni, wyniki dotyczą zarówno czerwca 2012, jak też kolejnych miesięcy, ponieważ efekt EURO korzystnie wpłynie na percepcję kraju.

Gruszka: Jak kampania "Accorhotels.com Summer" wpłynęła na działania sprzedażowe? Czy wydzwięk po kampanii, planujecie w późniejszym okresie?

Orbis: Kampanie mają generalnie pozytywny skutek, tym niemniej należy wziąć pod uwagę ogólną sytuację gospodarczą.

bright: czy są Państwo zadowoleni z aktualnego wskaźnika frekwencji w hotelach Grupy i jakie są działania podejmowane w celu jego wzrostu? Czy wśród obiektów grupy znajdują się takie, które pozostają w tyle pod tym względem?

Orbis: W okresie spadku koniunktury, przy silnej korelacji biznesu hotelowego z sytuacją makro trudno oczekiwać frekwencji na poziomie > 60%. Polska nie należy do krajów wybitnie turystycznych i większość naszych gości przyjeżdża w celach biznesowych. Hotele z niższą frekwencją muszą dostosować poziom kosztów do osiągniętej sprzedaży.

Andrzej: Co ogółem kryje się pod zobowiązaniami w raporcie? Czy ich spadek w stosunku do 2011r. był planowany?

Orbis: Główne pozycje różnicy to: całkowita spłata kredytu, spłata zobowiązań podatkowych z tytułu VAT i podatku CIT z związanych ze sprzedażą hotelu Bristol.

observer: Czy mogą Państwo napisać więcej szczegółów dotyczących restrukturyzacji, pozbywania się obiektów oraz spółek zależnych?

Orbis: Strategią Orbisu jest koncentracja na działalności hotelowej: w zakresie nieruchomości pozbywamy się obiektów niestrategicznych, np. o najniższych wynikach, bądź koniecznych wysokich nakładach inwestycyjnych.

indywidualny: Planujecie ekspansję na rynki zagraniczne?

Orbis: Nasza umowa franczyzowa obejmuje Państwa Bałtyckie. Rozwój sieci będzie następował adekwatnie do poprawy ich sytuacji rynkowej.

Funder: Czy możecie Państwo określić, które z obiektów są najbardziej rentowne?

Orbis: Z pewnością hotele warszawskie.

wallie: Nie powiedzieli jednak Państwo jak zostaną wykorzystane środki pozyskane przez sprzedaż Kasprowego :)

Orbis: Miedzy innymi (zgodnie z naszą strategią) w 2013 roku planujemy modernizacje własnych hoteli o strategicznym znaczeniu dla spółki. Ponadto mamy zamiar inwestować w nowoczesne systemy wspomagające zarządzanie, bezpieczeństwo, szkolenia i kampanie marketingowe.

listener: Czy istnieje zatem możliwość poprawy rentowności innych obiektów?

Orbis: Zawsze istnieje taka możliwość, warunkiem jest sprzyjająca sytuacja makro i warunki

panujące na lokalnym rynku.

Price: Czy mogą Państwo zdradzić jakie inwestycje mogą zostać podjęte w 2013r?

Orbis: Jesteśmy na etapie przygotowywania budżetu na 2013 rok, którego elementem jest plan inwestycyjny. Na tym etapie możemy założyć, że kilka obiektów o strategicznym znaczeniu, znajdzie się na liście projektów modernizacyjnych w przyszłym roku.

get_in: Czy będą to standardowe procedury czy znacznie szersza akcja?

Orbis: Prosimy o doprecyzowanie pytania.

get_in: Hotele Grupy niezmiennie kojarzone są z konferencjami oraz spotkaniami biznesowymi. Czy w świetle tego program modernizacji będzie przeprowadzony na szerszą skalę? Czy jesteście Państwo w stanie odpowiedzieć rosnącemu popytowi w tym kierunku?

Orbis: Większość naszych hoteli posiada infrastrukturę niezbędną do obsługi jednego z najważniejszych segmentów, jakim jest MICE. Dlatego wszelkie modernizacje biorą pod uwagę ten typ usługi. Działamy na wszystkich najważniejszych rynkach w kraju i jesteśmy w stanie obsłużyć każdą większą imprezę.

Moderator: Dziękujemy za duże zainteresowanie naszym pierwszym czatem inwestorskim. Zapraszamy do udziału w kolejnych spotkaniach.