

Warszawa, dn. 26 sierpnia 2014 r.

Szanowni Akcjonariusze,

z dniem 27 czerwca 2014 r. zostałem powołany na stanowisko Dyrektora Generalnego [CEO] Orbis S.A., Spółki, która przez ostatnie 4 lata była zarządzana efektywnie, pomimo niekorzystnego otoczenia makroekonomicznego.

Pragnę podkreślić, że dotychczasowa strategia pozostaje niezmienną, a Spółka nadal będzie podążać w wyznaczonym kierunku, w długookresowym horyzoncie czasowym. Grupa będzie koncentrować się na priorytetach strategicznych takich jak: doskonalenie produktu - modernizacja hoteli, dalsza ekspansja sieci poprzez zawieranie umów franczyzy i umów o zarządzanie, jak również poprzez realizację potencjalnych projektów rozwojowych podnoszących wartość Spółki dla akcjonariuszy.

Wyniki finansowe

Według GUS w pierwszym półroczu 2014 r. w polskiej gospodarce utrzymywały się pozytywne tendencje, pomimo nieznacznego spadku dynamiki wzrostu. Dzięki korzystnemu otoczeniu gospodarczemu w pierwszym półroczu 2014 r. Orbis wypracował przychody w wysokości 322,8 mln zł, co oznacza wzrost o 1,9% w ujęciu „like-for-like” w porównaniu do roku ubiegłego. Zysk z działalności operacyjnej (EBITDA) wyniósł 85,1 mln zł (wzrost o 3,7% w ujęciu „like-for-like”), a Orbis zakończył pierwsze półrocze odnotowując 19,7% wzrost zysku netto, który osiągnął poziom 26,3 mln zł.

Wyniki operacyjne

Zwiększony popyt na imprezy MICE w hotelach wszystkich marek wywierał korzystny wpływ na wyniki Grupy. Pozytywne tendencje odnotowano także w zakresie liczby klientów biznesowych, odwiedzających nasze hotele w pierwszej połowie roku. Z drugiej strony wystąpił nieznaczny spadek popytu ze strony turystów, co szczególnie odczuły hotele ekonomiczne. Ogólnie wyniki operacyjne Orbisu utrzymują się na dobrym poziomie. Widoczny jest wzrost przychodu na jeden dostępny pokój (RevPAR) (o 3,0% w ujęciu „like-for-like”), będący efektem zarówno wyższych cen (wzrost średniej ceny za pokój (ARR) o 2,2% w ujęciu „like-for-like”), jak i rosnącej frekwencji (wskaźnik OR wzrósł o 0,4 pp w ujęciu „like-for-like”). W podziale na segmenty działalności, w ujęciu „like-for-like” wskaźnik RevPAR wzrósł o 3,9% w hotelach kategorii średniej i wyższej i spadł nieznacznie o 0,1% w hotelach ekonomicznych. Na osiągnięte wyniki największy wpływ wywarły ceny, które wzrosły w obu segmentach biznesowych: o 1,1% w hotelach kategorii średniej i wyższej w ujęciu „like-for-like” i o 3,6% w hotelach ekonomicznych.

Ekspansja

Orbis rozwija swoją sieć hoteli. W pierwszym półroczu 2014 r. Grupa weszła na rynek łotewski, wprowadzając w Rydze 3 marki Accor: Mercure, ibis Styles i Pullman. Nowo otwarty hotel Mercure Riga Centre oferuje gościom 143 oryginalnie zaprojektowane pokoje.

Rozpoczęcie działalności dwóch kolejnych hoteli zaplanowane jest w późniejszym terminie: w hotelu Pullman Riga (160 pokoi) trwają jeszcze prace budowlane, które zostaną zakończone w 2015 roku, natomiast ibis Styles Riga (76 pokoi) powita pierwszych gości już 1 września bieżącego roku. Poza rozwojem sieci poprzez umowy franczyzy, Orbis wdraża także własne projekty inwestycyjne, np. hotel Mercure w Krakowie. Podpisaliśmy już umowę przedwstępną na zakup gruntu i czekamy na uzyskanie pozwoleń, aby móc kontynuować ten projekt. Zarząd Orbisu potwierdza strategiczny cel, jakim jest kontynuacja budowy solidnego portfela hoteli, który wzmocni pozycję Spółki jako lidera na rynku hotelowym w Polsce i w Krajach Bałtyckich.

Modernizacje

Orbis wzmocnia swoją pozycję lidera także poprzez rozwój produktu. W pierwszym półroczu 2014 r. na projekty modernizacyjne przeznaczono kwotę 42,5 mln zł. Kluczowe prace remontowe przeprowadzono w hotelach Sofitel Warsaw Victoria, Novotel Warszawa Centrum i Orbis Gdynia. Ponadto w 6 hotelach marki Novotel i w 1 hotelu marki Mercure zrealizowane zostały inne projekty mające na celu podniesienie standardu. Spółka dostrzega konieczność podążania za szybko zmieniającymi się oczekiwaniami gości, dlatego też będzie nieustannie inwestować i rozwijać się, by zachować przewagę konkurencyjną na rynku, zapewnić nowoczesny produkt i wysoki poziom oferowanych usług.

Innowacje

W pierwszym półroczu 2014 r. Orbis wprowadził nowy koncept gastronomiczny NOVO² dla hoteli Novotel w Polsce. W swoim założeniu projekt NOVO² to specjalnie zaaranżowana nowoczesna i wygodna przestrzeń, która skupia życie hotelowe, stając się atrakcyjnym uzupełnieniem lobby. 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 i międzynarodowej kuchni, która wedle IMAGINATION (inspiracje) umożliwi poznawanie wyjątkowych smaków z całego świata. W czerwcu 2014 r. 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.

Sprzedaż i marketing

Dążąc do podniesienia poziomu sprzedaży i zapewnienia klientom możliwości organizacji imprez w sposób optymalny i efektywny, Orbis odświeżył swoją ofertę MICE i wdrożył nowe narzędzie do organizacji konferencji – „New Conference Toolbox” dla hoteli Mercure, które zapewnia jednolitą komunikację w profesjonalnej formie. W pierwszym półroczu 2014 r. Spółka realizowała także inne działania i kampanie marketingowe informujące o nowych produktach i usługach: „Doskonały Sen” – nowatorska, cyfrowa kampania marki ibis, przedstawiająca nowy typ łóżka, „Cena jak ze snu” – nowy program strategiczny dla marki ibis *budget* oraz oferty pilotażowe „Express Breakfast” i „Breakfast Specials” w czterech polskich hotelach; a także kampania „Sweet Secret by Mercure”, której celem było zacieśnienie relacji pomiędzy marką Mercure a jej klientami.

Zasoby ludzkie

Jednym z priorytetów Orbisu - największego pracodawcy branży hotelowej w Polsce - jest przygotowanie nowego pokolenia pracowników do kierowania firmą w przyszłości oraz określenie nowoczesnego standardu w zakresie szkolenia profesjonalistów z branży hotelowej w Polsce. Orbis odnosi już pierwsze korzyści wynikające z realizacji programu rozwojowego Talent Development Program – 36 młodych managerów pomyślnie ukończyło program „Oxygen” i jest gotowych do objęcia stanowisk na wyższym szczeblu kierowniczym. W pierwszym półroczu 2014 r. zrealizowano blisko 1 940 dni szkoleniowych, skupiając się na takich obszarach jak podnoszenie umiejętności zarządczych, zarządzanie przychodami, obsługa gości i techniki sprzedażowe, jak również budowanie własnego wizerunku, komunikacja i umiejętności prezentacji. Orbis wprowadził także e-learningowy system szkoleń, dzięki któremu w ciągu pierwszych 6 miesięcy 2014 r. certyfikaty uzyskało 2 000 uczestników.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu

Orbis wyznacza trendy w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu w polskiej branży hotelowej. W pierwszym półroczu 2014 r. kolejne 20 młodych osób, które znajdują się w trudnej sytuacji i zostały wykluczone z funkcjonowania w życiu społecznym, 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, a realizowany przez Fundację Dzieci Niczyje. Orbis zaangażował się także w zapobieganie i przeciwdziałanie wykorzystywaniu dzieci w sektorze turystycznym i został zaproszony do aktywnego udziału w ogólnopolskiej kampanii „Nie odwracaj wzroku [Don't Look Away!] Stowarzyszenia do Walki z Dziecięcą Prostytycją i Pornografią [ECPAT]. Kampania, której celem jest zwrócenie uwagi na problem wykorzystywania dzieci, potrwa do końca września bieżącego roku.

Dzięki konsekwentnej realizacji wytycznych operacyjnych przez hotele Grupy, w pierwszym półroczu 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.

Orbis w pierwszym półroczu 2014 r. odnotował znaczną poprawę wyników we wszystkich obszarach swojej działalności. Jako bardziej efektywne i rentowne przedsiębiorstwo możemy kontynuować nasz rozwój, by podnosić wartość firmy dla akcjonariuszy. Liczę, że dobra kondycja polskiej gospodarki utrzyma się w kolejnych miesiącach i sprzyjać będzie realizacji naszych planów rozwojowych.

Z poważaniem,

Gilles Clavie
Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny
Orbis S.A.