

Szanowni Akcjonariusze!

Pół roku temu objąłem stanowisko Prezesa Spółki. Od tamtej pory staje się dla mnie coraz bardziej oczywiste, że naszą zdolność do dalszego generowania coraz to większej wartości dla Akcjonariuszy wyznaczają trzy czynniki: stała poprawa jakości produktów, dalsza rozbudowa naszej sieci hotelowej i wdrażanie projektów rozwojowych. Nasza strategia korporacyjna obejmuje wspomniane trzy imperatywy kształtujące kierunki naszego myślenia, poczynając od inwestycji aż po zarządzanie ścieżką kariery najbardziej utalentowanych pracowników.

Dzięki mocnemu zaangażowaniu naszych pracowników w roku 2014 kontynuowaliśmy realizację każdego ze wspomnianych czynników. W rezultacie zrobiliśmy kolejny krok w kierunku realizacji naszej misji pozycjonowania Orbis jako lidera na rynku hotelarskim w Polsce i Europie Wschodniej. Transakcja z Accor - naszym strategicznym partnerem i akcjonariuszem, przyspieszająca nasz rozwój dzięki nabyciu 38 działających hoteli w 12 nowych państwach, otworzyła nowy rozdział w historii Orbisu.

Po tym krótkim zarysie chciałbym pokrótce omówić główne pozycje finansowe i wydarzenia w roku 2014.

Wyniki finansowe

Uwzględniając wszystkie okoliczności, rok 2014 okazał się dobrym okresem dla polskiej gospodarki. Zgodnie z większością prognoz, wzrost wskaźnika PKB w Polsce wyniósł powyżej 3% pomimo pewnych ograniczających czynników ekonomicznych, takich jak spadek cen powodujący deflację lub rosnące napięcie geopolityczne w regionie.

Rok ten był również bardzo dobrym rokiem dla Orbisu. Łączne przychody wyniosły 707,8 mln zł wg danych raportowanych w porównaniu do 682,6 mln zł w roku 2013. Wskaźnik EBITDA operacyjna (z wyłączeniem wpływu zdarzeń jednorazowych) wyniósł 207,8 mln zł i przewyższył prognozowany przez nas poziom (204 mln zł). W roku 2014 Spółka zanotowała znaczący wzrost zysku netto o +34,7% w porównaniu z rokiem 2013 (89,2 mln zł w porównaniu do 66,2 mln zł).

Wyniki operacyjne

Dobre wyniki operacyjne potwierdza wzrost wskaźnika RevPAR o +3,6% w ujęciu porównywalnym „like-for-like” do poziomu 127,1 zł. W podziale na segmenty, hotele kategorii średniej i wyższej odnotowały lepsze wyniki niż hotele kategorii ekonomicznej, a wskaźnik RevPAR w tym segmencie wzrósł (w ujęciu like-for-like) o +4,5% w porównaniu do wzrostu o +0,1% (także w ujęciu like-for-like) w segmencie hoteli ekonomicznych. Dodatni wynik operacyjny został wypracowany głównie dzięki wzrostowi wskaźnika frekwencji o +3,1 p.p. (61,5% w Grupie) i pomimo spadku średniej ceny za pokój (ARR) o -1,7% (206,4 zł w Grupie), obie wartości w ujęciu like-for-like. Spadek wskaźnika ARR był większy w segmencie hoteli kategorii średniej i wyższej (-2,4% w ujęciu like-for-like) niż w segmencie hoteli kategorii ekonomicznej (-1,3% w ujęciu like-for-like), jednakże wzrost wskaźnika frekwencji był wyższy w segmencie hoteli kategorii średniej i wyższej (o +4,0 p.p. w ujęciu like-for-like, do poziomu 61,2% w porównaniu do +0,9 p.p. w ujęciu like-for-like, do poziomu 62,5% w segmencie hoteli ekonomicznych. Rosnący wskaźnik frekwencji w Grupie Orbis potwierdza tendencje wzrostowe w zakresie popytu na usługi hotelowe zarówno wśród klientów podróżujących w celach biznesowych, jak i wypoczynkowo-rekreacyjnych. Orbis skorzystał na pozytywnym trendzie oraz coraz bardziej efektywnym zarządzaniu przychodami, dzięki czemu wzmocniła się jego pozycja i wzrósł udział w rynku. Wzrost popytu na imprezy MICE również zasługuje na wzmiankę, jako że klienci biznesowi pozostają dla Orbis grupą klientów o strategicznym znaczeniu.

Rozwój sieci

Wielkim krokiem w stronę rozwoju i budowania wyjątkowej pozycji Orbisu jako lidera branży hotelarskiej w Europie Wschodniej było podpisanie umowy z Accor, strategicznym akcjonariuszem Orbisu. Dzięki tej transakcji Orbis nabył sieć 38 działających hoteli stanowiących do tej pory własność Accor i stał się wyłącznym licencjodawcą wszystkich marek Accor w 16 państwach w regionie. Na dzień dzisiejszy sieć Orbis obejmuje ponad 100 hoteli działających w 8 państwach Europy Wschodniej. Z uwagi na fakt, że umowa ta została zawarta w dniu 7 stycznia 2015 roku, wpływ nabytych hoteli na wyniki finansowe będzie widoczny w przyszłych okresach sprawozdawczych.

Orbis rozszerzał także sieć swoich hoteli poprzez umowy o zarządzanie i umowy franczyzy. Dzięki podpisaniu 6 nowych umów do bazy obiektów Grupy dołączyło 6 hoteli z 556 pokojami gościnnymi, z czego 3 obiekty są położone w Polsce (Mercure Raławice, ibis Styles Wrocław i Mercure Bydgoszcz), a 3 w krajach bałtyckich. Warte wzmianki jest również wejście na rynek łotewski z 3 hotelami w Rydze, mianowicie Mercure i ibis Styles (działające obiekty) oraz hotelem Pullman (którego ukończenie jest zaplanowane na rok 2015). Należy także wspomnieć o otwarciu hotelu Mercure Marijampole na Litwie w 2014 roku. Oprócz rozwoju sieci w oparciu o franczyzę, Orbis realizuje nadal własne projekty inwestycyjne, takie jak Mercure Kraków (nabycie działki w grudniu 2014 roku) oraz ibis Styles Gdańsk.

Modernizacja hoteli

W roku 2014 Orbis kontynuował modernizację istniejącej sieci hotelowej w celu zaspokajania zmieniających się potrzeb gości oraz podnoszenia poziomu ich zadowolenia. Łączna wartość nakładów inwestycyjnych (capex) wyniosła 112 mln zł. Kluczowe remonty przeprowadzone zostały na naszym głównym rynku w Warszawie, m.in. w hotelach Sofitel Warsaw Victoria i Novotel Warszawa Centrum. Inne projekty inwestycyjne dotyczyły przykładowo zmiany marki hoteli Orbis Gdynia, Orbis Posejdon Gdańsk i Orbis Magura w Bielsko-Białej, a także podniesienia standardu 7 hoteli działających pod marką Novotel i 2 hoteli Mercure.

Innowacje

Z myślą o rozszerzeniu zakresu innowacyjnych rozwiązań Orbis wprowadził nową koncepcję gastronomiczną pod nazwą NOVO2. Kierując się ideą nowoczesnej i komfortowej przestrzeni, zaprojektowaliśmy niepowtarzalne miejsce, które ma skupiać w sobie życie hotelowe i stać się atrakcyjnym uzupełnieniem lobby we wszystkich hotelach Novotel w Polsce. Ponadto, dzięki nowej stronie głównej accorhotels.com i pomyślnemu wdrożeniu projektu „Welcome” (nowa możliwość check in i check out przez Internet) ułatwiającemu zameldowanie się w hotelu, rok 2014 przyniósł bezprecedensową liczbę nowych rozwiązań, które przełożyły się na wyższe poziomy wzrostu sprzedaży. Rozpoczęliśmy także współpracę z „Przelewy24” – naszym partnerem szybkich płatności dla klientów.

Sprzedaż i marketing

Wprowadzając program „Welcome” Le Club Accorhotels uznany za najlepszy hotelowy program lojalnościowy w konkursie Business Traveler Awards, Orbis dostosowuje świadczone przez siebie usługi hotelowe do nowych modeli konsumpcji, oferując je w sposób bardziej mobilny oraz internetowo, a także podnosząc jakość usług do bardzo wysokiego poziomu. W roku 2014 Spółka podjęła szereg działań ukierunkowanych na promowanie marek hotelowych: ibis prowadził intensywną kampanię promującą łóżko „Sweet Bed” by ibis, podczas gdy marka ibis budget starała się przyciągnąć nową grupę gości kampanią prowadzoną pod hasłem „Explosive price – 39 PLN”, oferując 10.000 pokoi w ramach tej specjalnej oferty. W hotelach kategorii średniej promowano oferty rodzinne – Mercure Family&Co oraz prowadzono kampanię wakacyjną Family&Novotel we współpracy z Disney Polska.

Z kolei hotele Sofitel wprowadziły bardzo popularne imprezy inspirowane sztuką designu, sztuką kulinarną oraz kulturą, w szczególności doroczne „Fete de la Musique” oraz znakomite „Wine Days”.

Human resources

Zważywszy, że to ludzie są naszym istotnym atutem, działania Orbisu są ukierunkowane na ciągły rozwój zawodowy naszych pracowników. W trakcie ostatniego roku przeszkolono 2500 pracowników, głównie w zakresie zarządzania, obsługi klienta, budowania pozytywnego wizerunku, rozpoznawalności marki czy zarządzania finansowego. W tym samym okresie 3000 uczestników systemu e-learningowego otrzymało zaświadczenia ukończenia szkoleń. Dzięki programowi „Oxygen” – projektowi adresowanemu do utalentowanych przyszłych menedżerów, pracownicy Orbisu są doskonale wyszkoleni i przygotowani do objęcia kierowniczych stanowisk. Na wzmiankę zasługuje również moduł szkoleniowy dla naszych partnerów franczyzowych, jak również kolejna edycja „Accor Professions Challenge” międzynarodowego konkursu młodych profesjonalistów, w którym 3 na 8 zwycięzców reprezentuje Grupę Orbis.

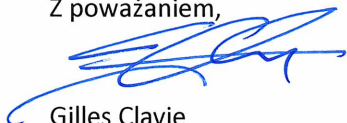
Spółeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa

Orbis wyznacza trendy w zakresie zrównoważonego rozwoju i etyki na polskim rynku hotelarskim. W czerwcu 2014 roku Orbis jako pierwszy wśród spółek notowanych na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych utworzył Komitet Odpowiedzialności Społecznej Rady Nadzorczej Orbis S.A. Zadania Komitetu polegały na nadzorze i ocenie realizacji przez Orbis strategii w zakresie CSR oraz zaleceń dotyczących dużych projektów. Dzięki przykładowym ekologicznym rozwiązaniom optymalizacji zużycia energii i wody w ubiegłym roku Orbis zaoszczędził 2,3 mln zł, podczas gdy liczba gości w hotelach wzrosła o 6%. W roku 2014 Grupa Orbis nie tylko kontynuowała doskonalenie polityki ochrony dzieci, ale także wraz z Komendantem Głównym Policji, Fundacją Dzieci Niczyje oraz ECPAT wzięła udział w ogólnopolskiej kampanii społecznej o nazwie „Nie odwracaj wzroku!”. Ponadto rok 2014 upłynął pod znakiem zarządzania różnorodnością naszych pracowników, którzy na co dzień pełnią rolę ambasadorów Orbisu. Ponadto w ramach projektu społecznego „Accordeon Samodzielności” pod patronatem Ministra Pracy i Polityki Społecznej Orbis zaangażował się w skuteczną, długoterminową pomoc 20 młodym ludziom w trudnej sytuacji życiowej w Polsce.

Rok 2014 był dobrym okresem dla Orbisu. Zakończyliśmy rok silnie, w każdym segmencie naszej działalności odnotowując wzrost oraz towarzyszącą mu poprawę wskaźników operacyjnych i finansowych. Dzięki podjętym przez nas decyzjom, opracowanej strategii i stworzonej organizacji zabezpieczyliśmy naszą pozycję na przyszłość. W tej historycznej chwili, gdy wchodzimy na nowe rynki rozwijając naszą sieć hotelową tak szybko, jak nigdy dotąd, jesteśmy gotowi podjąć nowe wyzwanie na przyszłość. Jako lider na rynku hotelarskim w Europie Wschodniej jesteśmy przekonani, że nasze ostatnie wyniki w połączeniu z wieloletnim doświadczeniem w hotelarstwie pozwolą nam na kontynuację rozwoju w regionie w sposób zrównoważony.

Chciałbym podziękować wszystkim pracownikom Orbisu za ich zaangażowanie, zaufanie i pasję, a naszym Akcjonariuszom za okazywane nam zaufanie. Jestem przekonany, że nasze wspólne wysiłki i konsekwencja w realizacji naszej strategii sprawią, że rok 2015 okaże się kolejnym doskonałym rokiem dla Spółki.

Z poważaniem,



Gilles Clavie
Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny
Orbis SA