

**Resolution No 43/IX/ 2015
of the „Orbis” S.A. Supervisory Board
dated April 29th, 2015**

**concerning evaluation of corporate standing
of „Orbis” S.A.**

Pursuant to § 10 item 4 of „Orbis” S.A. Supervisory Board By-Laws it is hereby resolved as follows:

§ 1

1. The Supervisory Board of „Orbis” S.A. has evaluated the corporate standing of the Company, particularly as regards its financial standing and development prospects, and submits this evaluation to the Annual General Meeting of Shareholders.
2. The evaluation referred to in item 1 forms an Appendix hereto.

§ 2

The Management Board of „Orbis” S.A. is bound hereby to ensure that all the shareholders have the opportunity to familiarize themselves with the Evaluation of the corporate standing of the Company, by way of disclosing the content of this resolution together with the Appendix thereto to the public in a current report and by making this Evaluation available to the Annual General Meeting of Shareholders of the Company along with other documents presented to the Annual General Meeting of Shareholders.

The voting on the Resolution was open.

Number of voting members: 10
Number of votes cast in favor: 10
Number of votes cast against: 0
Number of abstaining votes: 0

**Uchwała nr 43/IX/2015
Rady Nadzorczej „Orbis” S.A.
z dnia 29 kwietnia 2015 r.**

**w sprawie oceny sytuacji Spółki
„Orbis” S.A.**

Na podstawie § 10 ust. 4 Regulaminu Rady Nadzorczej „Orbis” S.A. uchwała się, co następuje:

§ 1

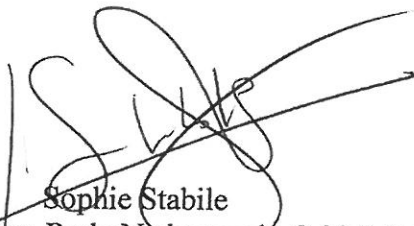
1. Rada Nadzorcza „Orbis” S.A. dokonała oceny sytuacji Spółki, w szczególności w zakresie sytuacji finansowej i perspektyw rozwoju Spółki i przedkłada tę ocenę Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu.
2. Ocena, o której mowa w ust. 1, stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Zobowiązuje się Zarząd „Orbis” S.A. do umożliwienia zapoznania się wszystkim akcjonariuszom z Oceną sytuacji Spółki, poprzez podanie treści niniejszej uchwały wraz z załącznikiem do publicznej wiadomości w raporcie bieżącym i udostępnienie tej Oceny, w trybie przyjętym dla dokumentacji przedstawianej Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu Spółki.

Głosowania przeprowadzono w trybie jawnym.

Liczba głosujących: 10
Liczba głosów za: 10
Liczba głosów przeciw: 0
Liczba głosów wstrzymujących się: 0


Sophie Stabile
Przewodnicząca Rady Nadzorczej „Orbis” S.A.
Chairman of the Supervisory Board “Orbis” S.A.

Zwięzła ocena sytuacji Orbis S.A. za 2014 rok

przedkładana Walnemu Zgromadzeniu Akcjonariuszy

Rok 2014 był dobrym rokiem dla Orbisu. Spółka osiągnęła pozytywne wyniki operacyjne i zanotowała znaczący wzrost przychodów oraz zysku netto w porównaniu z rokiem ubiegłym. Orbis skorzystał na pozytywnym trendzie w polskiej gospodarce oraz coraz bardziej efektywnym zarządzaniu przychodami, dzięki czemu wzmocniła się jego pozycja i wzrósł udział w rynku. Dzięki kampaniom marketingowym i projektom PR Orbis poprawił wizerunek oraz rozpoznawalność poszczególnych marek.

W roku 2014 Spółka zainwestowała w poprawę jakości produktu i zwiększenie konkurencyjności hoteli należących do Grupy poprzez ich modernizację. Łączna wartość nakładów inwestycyjnych w Grupie Orbis wyniosła 112 mln zł (w tym 103 mln zł w Orbisie). Istotne remonty przeprowadzone zostały na kluczowym dla Spółki rynku tj. w Warszawie, m.in. w hotelach Sofitel Warszawa Victoria i Novotel Warszawa Centrum.

Orbis rozszerzał także sieć swoich hoteli poprzez umowy o zarządzanie i umowy franczyzy. Do bazy obiektów Grupy w 2014 roku dołączyło 6 hoteli, z czego 3 obiekty są położone w Polsce, a 3 w krajach bałtyckich.

Aby nadażyć za szybkim rozwojem technologii, Grupa Orbis i jej partner strategiczny Accor nieustannie dostosowują swoją ofertę, wdrażając nowoczesne rozwiązania, takie jak np. „e-check-in” i „e-check-out” czy też „wirtualny concierge” w hotelach Novotel. Odpowiadając na potrzeby gości, w listopadzie 2014 roku Orbis wprowadził także możliwość dokonywania płatności za pomocą przelewu online (wcześniej goście mogli dokonać rezerwacji wyłącznie poprzez podanie numeru karty kredytowej). W kolejnych miesiącach Grupa kontynuować będzie wprowadzanie do swoich hoteli rozwiązań cyfrowych, w tym np. możliwość elektronicznego zameldowania i wymeldowania (projekt „Welcome”).

Orbis skupia się także na odświeżaniu oferty gastronomicznej, biorąc pod uwagę aktualne preferencje sygnalizowane przez klientów. Po wprowadzonym w roku ubiegłym w hotelach Mercure koncepcie restauracji WineStone, w pierwszym półroczu 2014 ruszył projekt NOVO², stworzony dla hoteli marki Novotel, a pod koniec roku rozpoczął się pilotażowy projekt i-Burger w hotelach ibis. W 2015 roku projekty te będą wdrażane w kolejnych hotelach Grupy.

Istotnym aspektem w działalności Orbisu jest świadomość społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). W minionym roku Spółka kontynuowała realizację przyjętej strategii zrównoważonego rozwoju „Planet 21”. 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 polegają na nadzorze i ocenie realizacji przez Orbis strategii w zakresie CSR oraz zaleceń dotyczących dużych projektów.

Orbis dba o ochronę środowiska, wykazuje także troskę o ludzi, propaguje dobre praktyki i dzieli się doświadczeniami z innymi przedstawicielami branży hotelarskiej. W trosce o lokalne społeczności Spółka realizuje projekt „Accordeon Samodzielności” pod patronatem honorowym Ministra Pracy i Polityki Społecznej.

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 począwszy od sprawozdania za pierwszy kwartał 2015 roku.

1. Kluczowe wyniki

Rachunek zysków i strat Orbis S.A.

w tys. złotych	2014	2013	% zmiany
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	523.927	500.991	4,6%
Koszt własny sprzedaży	(388.309)	(379.972)	-2,2%
Koszty sprzedaży i marketingu	(23.470)	(21.901)	-7,2%
Koszty ogólnego zarządu	(65.705)	(66.311)	0,9%
Pozostałe przychody operacyjne	8.648	9.835	-12,1%
Pozostałe koszty operacyjne	(6.246)	(11.469)	45,5%
Aktualizacja wartości aktywów trwałych	(4.042)	(3.187)	-26,8%
EBITDA	134.824	121.647	10,8%
Marża EBITDA (EBITDA/Przychody)	25,7%	24,3%	1,4pp
Zysk z działalności operacyjnej – EBIT	44.803	27.986	60,1%
Marża EBIT (EBIT/Przychody)	8,6%	5,6%	3,0pp
Zysk (strata) na sprzedaży udziałów jednostek podporządkowanych	965	(415)	-
Przychody finansowe	49.584	40.915	21,2%
Koszty finansowe	(2.333)	(1.489)	-56,7%
Zysk przed opodatkowaniem	93.019	66.997	38,8%
Podatek dochodowy	(12.370)	(7.419)	-66,7%
Zysk netto	80.649	59.578	35,4%

Spółka Orbis S.A zamknęła rok 2014 zyskiem netto w wysokości 80.649 tys. zł, uzyskując w tym okresie wynik EBITDA w wysokości 134.824 tys. zł.

W ciągu 12 miesięcy 2014 roku spółka Orbis S.A. osiągnęła wyższe przychody w porównaniu do analogicznego okresu 2013 roku. Pozytywny wpływ na poziom przychodów Spółki miało ożywienie w segmencie konferencji i szkoleń (MICE) oraz wzrost liczby indywidualnych klientów biznesowych. Dodatkowo na poprawę wyników wpłynęły liczne targi i imprezy sportowe organizowane w różnych miastach Polski.

Pomimo coraz większej konkurencji, największy wzrost przychodów w stosunku do roku ubiegłego osiągnęły warszawskie hotele Spółki. Dzięki licznym ofertom promocyjnym, udzielono więcej noclegów turystom, zwiększając istotnie frekwencję w trakcie weekendów. Na poprawę wyników osiągniętych w stolicy pozytywny wpływ miała także Konferencja Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju oraz imprezy sportowe organizowane na stadionie narodowym, jak np. Halowy Puchar Świata w Windsurfingu czy też Verva street racing.

Istotnym wydarzeniem 2014 roku były Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn. Miały one pozytywny wpływ zwłaszcza na wyniki hoteli zlokalizowanych w Łodzi i w Katowicach, gdyż w tych miastach rozgrywane były mecze fazy finałowej mistrzostw. Niemal pełne obłożenie po meczu otwarcia mistrzostw odnotowały także hotele warszawskie.

W 2014 roku zauważalny wzrost w porównaniu do roku ubiegłego odnotowały także przychody z gastronomii. Pozytywne efekty przyniosło wprowadzenie nowego konceptu restauracji WineStone w hotelach marki Mercure oraz połączenie baru i restauracji (projekt NOVO2) w hotelach Novotel.

Większa liczba udzielonych noclegów wpłynęła na zwiększenie kosztu własnego sprzedaży. W porównaniu do 2013 roku odnotowano wzrost prowizji dla pośredników w sprzedaży oraz kosztów zużycia produktów w gastronomii. Wskutek prowadzonych nieustannie prac mających na celu poprawę standardu hoteli wzrosły także usługi konserwacyjne i remontowe. Na wzrost kosztów świadczeń pracowniczych wpływ miała przyznana pracownikom inflacyjna podwyżka wynagrodzeń oraz wyższe niż w roku ubiegłym rezerwy na premie zależne od wyników finansowych Spółki. W bieżącym roku Spółka poniosła także wyższe opłaty z tytułu wieczystego użytkowania gruntów, które są aktualizowane przez urzędy w poszczególnych miastach na podstawie przeprowadzanych na nowo wycen działek.

Wzrost kosztów sprzedaży i marketingu jest efektem zintensyfikowanych kampanii reklamowych mających na celu promocję franczyzy, jak również zwiększenie rozpoznawalności wszystkich marek należących do portfolio Spółki. W 2014 roku przeznaczono więcej środków na reklamę w prasie i w Internecie w porównaniu do roku ubiegłego.

Przy znacznym wzroście obrotów i wyższych kosztach wynagrodzeń, Koszty ogólnego zarządu zostały utrzymane na zbliżonym poziomie. Jest to efekt systematycznej kontroli i optymalizacji kosztów nie związanych bezpośrednio ze sprzedażą.

Pozostałe przychody operacyjne odnotowały spadek w porównaniu do roku ubiegłego. Wyższy poziom pozostałych przychodów w roku 2013 wynikał głównie z otrzymanych dotacji ze środków z Europejskiego Funduszu Społecznego na dofinansowanie programów szkoleniowych.

W bieżącym okresie Spółka wykazała również znacznie niższy poziom pozostałych kosztów operacyjnych. Największą pozycją tych kosztów w roku ubiegłym były koszty restrukturyzacji zatrudnienia, wynikające z wprowadzonego w Orbis S.A. Programu Dobrowolnych Odejść Pracowników. W roku 2014 Spółka nie poniosła tak wysokich kosztów restrukturyzacji. Istotną pozycją pozostałych kosztów operacyjnych w roku bieżącym były natomiast koszty związane z zakupem od Accoru udziałów w spółkach prowadzących działalność w Europie Środkowej.

W pozycji Zysk/strata na sprzedaży udziałów jednostek podporządkowanych w roku bieżącym został wykazany wynik zrealizowany na sprzedaży udziałów w spółce Wioska Turystyczna Wilkasy Sp. o.o. W roku 2013 w pozycji tej został wykazany wynik na sprzedaży udziałów w spółce Orbis Transport Sp. z o.o.

Przychody finansowe wzrosły trzykrotnie w porównaniu do 2013 roku. Na wzrost ten wpłynęła przede wszystkim wycena bilansowa dwóch kontraktów forward na zakup określonej kwoty EUR z datą realizacji 5 stycznia 2015 roku. Dodatkowo w przychodach finansowych roku 2014 ujęto dodatnie różnice kursowe z wyceny bilansowej środków pieniężnych w walucie obcej (EUR), które zostały w styczniu 2015 roku przeznaczone na zakup udziałów w podmiotach zagranicznych.

Wzrost w porównaniu do roku ubiegłego został odnotowany także w kosztach finansowych. Na wzrost ten wpłynęły przede wszystkim ujęte w tej pozycji zyski/straty aktuarialne wynikające ze zmiany stopy dyskonta finansowego zastosowanej przy wycenie rezerw na nagrody jubileuszowe.

Prezentacja wyniku po eliminacji wpływu zdarzeń jednorazowych

w tys. złotych	2014	2013	% zmiany
EBITDA	134.824	121.647	10,8%
1. wynik na sprzedaży i likwidacji nieruchomości	(7.402)	(6.892)	
2. aktualizacja wartości aktywów trwałych	4.042	3.187	
3. koszty zakupu udziałów w spółkach z Europy Środkowej	2.256	0	
4. koszty restrukturyzacji zatrudnienia	510	8.581	
EBITDA „like-for-like”	134.230	126.523	6,1%

Wskaźniki operacyjne Orbis S.A.

	2014	2013	% zmiany
Wskaźniki			
frekwencja	58,6%	54,7%	3,9 pp
średnia cena za pokój (ARR) w zł	226,9	230,9	-1,7%
przychód na jeden dostępny pokój (RevPAR) w zł	132,9	126,3	5,2%
liczba sprzedanych pokojonocy (hotele własne)	1 319 978	1 232 261	7,1%
liczba pokoi – hotele własne	6 170	6 172	0,0%
liczba pokoi – hotele franczyzowane i w zarządzaniu	1 586	1 011	56,9%
Struktura sprzedanych pokojonocy w %			
klienci krajowi	51%	52%	-1,0pp
cudzoziemcy	49%	48%	1,0pp
klienci biznesowi	58%	59%	-1,0pp
klienci turystyczni	42%	41%	1,0pp

W ciągu 12 miesięcy 2014 roku w hotelach Spółki odnotowano wzrost przychodu na jeden dostępny pokój. Został on osiągnięty głównie dzięki wyższej frekwencji, która zrekompensowała odnotowany spadek średniej ceny za pokój. W 2014 roku w hotelach wszystkich marek odnotowano istotny wzrost klientów w segmencie konferencji i szkoleń (MICE). W stosunku do roku ubiegłego wzrósł również popyt wśród indywidualnych klientów biznesowych. W Novotelach sprzedano także więcej noclegów załogom linii lotniczych. Liczne akcje promocyjne stosowane przez Grupę przyczyniły się do wzrostu liczby turystów indywidualnych w hotelach marki Sofitel, Mercure i Novotel. Spadek odnotowano natomiast w segmencie grup turystycznych, co w największym stopniu przełożyło się na wyniki hoteli marki Orbis zlokalizowanych w Gdyni i we Wrocławiu.

Na koniec 2014 roku, w porównaniu do 31 grudnia 2013 roku, Spółka odnotowała większą liczbę oferowanych pokoi. W 2014 roku Spółka włączyła do sieci sześć obiektów współpracujących w formie franczyzy tj. hotel Mercure Raławice Dosłońce Conference & SPA, Mercure Marijampole na Litwie, Mercure Riga Centre oraz ibis Styles Riga na Łotwie, ibis Styles Wrocław, a także Mercure Sepia Bydgoszcz.

W strukturze gości, analogicznie jak w roku ubiegłym, większy udział stanowili klienci biznesowi (51%) niż turyści (49%). Udział gości z Polski zmniejszył się o 1 pkt %. Cudzoziemcy stanowili 42% ogółu klientów.

Zatrudnienie i koszty osobowe

Przeciętne zatrudnienie w 2014 roku wyniosło 1 781 etatów i zmniejszyło się w porównaniu do roku ubiegłego o 6,8%. Jest to rezultatem przeprowadzonej w 2013 roku restrukturyzacji. Podjęte wówczas działania polegały na zmianach organizacyjnych oraz dostosowaniu poziomu zatrudnienia do aktualnych potrzeb operacyjnych, skutkując znaczącym zmniejszeniem zatrudnienia zarówno w hotelach Spółki, jak i w Biurze Zarządu. Odejścia pracowników zostały przeprowadzone w ramach Programu Dobrowolnych Odejść Pracowników.

Koszty świadczeń pracowniczych poniesione w roku 2014 wyniosły 144,8 mln zł. W 2013 roku koszty świadczeń pracowniczych wyniosły 141,6 mln zł.

Ważnym celem dla Spółki jest wzrost konkurencyjności poprzez nieustanne zwiększanie kompetencji pracowników. W 2014 roku przeszkolono 2500 pracowników Orbisu oraz pozostałych spółek Grupy Hotelowej Orbis, głównie w zakresie zarządzania, obsługi klienta, budowania pozytywnego wizerunku, rozpoznawalności marki czy zarządzania finansowego. Dzięki programowi „Oxygen” - projektowi adresowanemu do utalentowanych przyszłych menedżerów - Grupa Hotelowa Orbis pozyskała wielu pracowników przygotowanych do objęcia ważnych stanowisk kierowniczych.

W trosce o najwyższą jakość świadczonych usług i pozytywny wizerunek marek Grupy, Spółka wprowadziła moduł szkoleniowy dla partnerów franczyzowych. W sumie we wszystkich formach szkoleniowych prowadzonych w Académie Accor w Polsce i Krajach Bałtyckich udział wzięło 569 uczestników z hoteli franczyzowych.

2. Wybrane rezultaty i zjawiska wymagające monitorowania

- Wskaźnik bieżącej płynności zmalał nieznacznie w porównaniu z rokiem ubiegłym pozostając jednocześnie na dobrym poziomie 2,06.
- Stopa zadłużenia w 2014 roku zwiększyła się do poziomu 6,3%, wskutek wyższego poziomu zobowiązań bieżących (w tym głównie zobowiązań inwestycyjnych).

Na dzień 31 grudnia 2014 roku Spółka nie posiadała zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek.

Wielkość niewykorzystanych linii kredytowych na dzień 31 grudnia 2014 wyniosła 500 000 tys. zł, w tym:

- z tytułu kredytu w rachunku bieżącym dostępnym w Banku Handlowym w Warszawie S.A. – 20 000 tys. zł,
- z tytułu umowy kredytu zawartej z Société Générale S.A. Oddział w Polsce i Bankiem Polska Kasa Opieki S.A. – 480 000 tys. zł. Zgodnie z zawartą umową, kredyt został przeznaczony na sfinansowanie 80% ceny należnej za nabyte w styczniu 2015 przez Orbis S.A. udziały w spółkach w Europie Środkowej oraz na cele korporacyjne Orbis S.A., do kwoty nie wyższej niż 50 000 tys. zł

Zdaniem Zarządu nie istnieją obecnie okoliczności wskazujące na problemy z płynnością finansową oraz zagrożenie kontynuowania działalności przez Spółkę.

3. Realizacja programu inwestycji

Spółka Orbis S.A. zrealizowała w 2014 roku nakłady na majątek trwały w wysokości 103 387 tys. zł, w ramach zatwierdzonego na 2014 rok budżetu.

Wydatki inwestycyjne w kwocie 63 739 tys. zł. zostały przeznaczone na projekty rozwojowe, w tym głównie na kontynuację modernizacji hoteli Sofitel Warszawa Victoria i Novotel Warszawa Centrum, na związaną ze zmianą marki modernizację hotelu Orbis Gdynia w Gdyni oraz na zakup działki pod nowy hotel w Krakowie i prace projektowe związane z budową tego hotelu.

Nakłady poniesione w 2014 roku zostały przeznaczone także na modernizację funkcjonujących w sieci hoteli. Do istotnych projektów służących podniesieniu standardu hoteli zrealizowanych w 2014 roku można m.in. zaliczyć modernizację wybranych pokoi i powierzchni ogólnodostępnych w hotelach Novotel Gdańsk Marina, Novotel Katowice Centrum, Novotel Poznań Centrum, Novotel Warszawa Airport oraz Mercure Wrocław Centrum.

W zakresie wydatków na informatykę w roku 2014 kontynuowana była wymiana systemów recepcyjnych w hotelach Grupy Orbis. Nowe systemy recepcyjne umożliwiają znacznie lepszą integrację z globalnymi systemami rezerwacyjnymi oraz stanowią podstawę do realizacji nowych projektów, w tym projektu „Welcome”, którego celem jest usprawnienie obsługi gości hotelowych w oparciu o technologie mobilne.

W drugiej połowie 2014 roku zakończony został projekt kompleksowej wymiany łącz teleinformatycznych we wszystkich hotelach Grupy Hotelowej Orbis. Nowe, wielokrotnie wydajniejsze łącza w technologii światłowodowej zaspokoją rosnące potrzeby Grupy w zakresie transmisji danych (korporacyjna sieć WAN, usługi dostępu do Internetu dla gości hotelowych, zdalne serwisy firm zewnętrznych itp.). Jednocześnie zostały zaimplementowane nowe, wysokie standardy bezpieczeństwa, które umożliwią spełnienie najnowszych wymogów, włącznie z PCI-DSS.

W 2014 roku prowadzone były także prace związane z wdrożeniem w spółkach Grupy Orbis jednolitego systemu finansowo-księgowego wraz z systemem budżetowania i raportowania. W pierwszej połowie roku system finansowo-księgowy został wdrożony w trzech spółkach powiązanych z Orbis S.A., w styczniu 2015 roku wprowadzono go w Orbisie oraz w pozostałych spółkach Grupy.

W 2015 roku Orbis skupiać się będzie na zwiększeniu efektywności funkcjonujących w sieci hoteli. Priorytetami dla rynku polskiego pozostają też ciągłe doskonalenie produktu poprzez modernizację hoteli, jak również realizacja potencjalnych projektów rozwojowych w kluczowych lokalizacjach. Do istotnych inwestycji, jakie będą prowadzone w 2015 roku, można zaliczyć rozpoczęcie budowy hotelu Mercure w Krakowie oraz hotelu ibis w Gdańsku. Prowadzone będą także prace związane ze zmianą marki trzech hoteli: Orbis Gdynia, Posejdon Gdańsk oraz Magura Bielsko-Biała.

4. Rynek hotelarski w Polsce w 2014 roku

Rok 2014 okazał się pozytywny dla operatorów hotelowych w Polsce. W większości dużych miast odnotowano wzrost popytu na pokoje hotelowe, generowanego głównie przez segment biznesowy. W minionym roku odbyło się kilka dużych imprez sportowych, m.in. Halowe Mistrzostwa Świata w Lekkiej Atletyce, Mistrzostwa Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn, Mistrzostwa Świata w żeglarskiej klasie Laser oraz Mistrzostwa Świata w Pięcioboju Nowoczesnym. Wydarzenia te, zwłaszcza siatkówka, zgromadziły liczną grupę kibiców z wielu krajów świata. Podobnie jak mistrzostwa Europy w piłce nożnej EURO 2012, imprezy te miały ogromne znaczenie promocyjne i wizerunkowe dla Polski, co miało swój wyraz w bardzo dobrych opiniach o naszym kraju jako organizatorze tak dużych imprez. Potwierdziło to jednocześnie, że Polska jest zdolna do organizacji podobnych przedsięwzięć w przyszłości, a polska baza hotelowa jest gotowa na przyjęcie takiej ilości gości z zagranicy.

Z danych GUS wynika, że na koniec lipca 2014 roku w Polsce działało 2 250 hoteli – o 6,8 % więcej niż w analogicznym okresie 2013 roku (2 107). Liczba pokoi wzrosła do blisko 114 tys. W tym czasie najwięcej przybyło hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych – w sumie 134 obiekty. Największy udział w bazie hotelowej (liczony liczbą miejsc noclegowych) mają hotele trzygwiazdkowe (41,1 %), a najmniejszy obiekty jednogwiazdkowe (5,1 %). Według danych Horwath HTL, branża hotelowa w Polsce na koniec 2014 roku posiadała 2 450 skategoryzowanych obiektów hotelowych oferujących ponad 122 tys. pokoi hotelowych.

W 2014 roku najwięcej nowych obiektów powstało w stolicy. Warszawski rynek hotelowy powiększył się o niemal 900 pokoi. Otwarto hotele Hampton by Hilton City Centre (300 pokoi), DoubleTree by Hilton (358 pokoi), Warsaw Plaza (146 pokoi), a swoje możliwości noclegowe znacznie powiększył Airport Okęcie (rozbudowa o 94 pokoje do 264). Pomimo tego ceny noclegów w warszawskich hotelach w 2014 roku utrzymywały się na zbliżonym poziomie do tych z 2013 roku.

Hotele sieciowe w najważniejszych destynacjach turystycznych, takich jak: Kraków, Trójmiasto, Wrocław i Poznań, osiągnęły wzrost wskaźnika RevPAR (przychód na pokój) w przedziale 4-6 procent.

Pozytywną tendencją jest to, że zmianom ilościowym w polskiej bazie hotelowej towarzyszy również zmiana jakościowa. Rosnąca konkurencja i coraz większe wymagania klientów hoteli sprawiają, że w celu utrzymania się na rynku nie wystarczy po prostu odpowiadać na potrzeby gości, należy przewidywać i spełniać ich oczekiwania, co staje się możliwe dzięki nowoczesnym systemom informatycznym.

Branża hotelarska optymistycznie spogląda na rok 2015, w którym spodziewane jest polepszenie koniunktury gospodarczej. Dzięki wspólnym wysiłkom i działaniom promocyjnym w zakresie turystyki, podejmowanym w ostatnich latach przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, Polską Organizację Turystyczną i liczne biura promocji miast i jednostek samorządu terytorialnego w całej Polsce, od pięciu lat notuje się stały wzrost liczby turystów zagranicznych, którzy odwiedzają nasz kraj. W coraz większym stopniu Polska kojarzy się z krajem atrakcyjnym turystycznie, krajem nowoczesnym i otwartym, krajem sukcesu gospodarczego, a nie jak dotąd jako kraj przegranych powstań i martyrologii. Wstępne szacunki Ministerstwa Sportu i Turystyki wskazują, iż w całym 2014 roku do Polski mogło przyjechać około 16,4 mln turystów zagranicznych, czyli o około 3-4% więcej niż w roku 2013, kiedy to Polskę odwiedziło 15,8 mln turystów. Roczne przychody z turystyki mają wzrosnąć w 2014 roku do 110 mld zł wobec 104 mld zł w roku poprzednim.

Prognozy wzrostu PKB w Polsce o ok. 3-3,5 proc. w kolejnych dwóch latach (2015-2016) pozwalają optymistycznie patrzeć na rozwój hoteli w naszym kraju. Wzrost gospodarczy będzie dodatkowo stymulowany poprzez napływ nowych środków z budżetu UE, która przyznała Polsce na lata 2014-2020 kwotę ponad 80 mld euro.

W ocenie specjalistów z firmy Hotel Professionals, w 2015 roku najlepsze wyniki osiągać będą hotele działające pod szyldami globalnych marek. Dzięki rozwiniętej sieci dystrybucji oraz intensywnym działaniom marketingowym, markowe hotele mają znaczną przewagę konkurencyjną nad obiektami niezależnymi. Polscy inwestorzy mają coraz większą świadomość korzyści z przystąpienia do znanej sieci, dlatego rok 2015 powinien charakteryzować się dalszym wzrostem liczby hoteli działających w ramach umów franczyzy czy też umów o zarządzanie. Z uwagi na znacznie niższy w porównaniu do innych krajów Unii Europejskiej wskaźnik miejsc w obiektach typu hotelowego na 10 tys. mieszkańców, zarówno w dużych, jak i małych miastach w Polsce wciąż jest miejsce na rozwój globalnych marek, szczególnie w segmencie ekonomicznym (tzw. budget) oraz średnim (tzw. midscale) w kategoriach 1-, 2- oraz 3- gwiazdkowych.

5. Ocena systemu kontroli wewnętrznej oraz systemu zarządzania ryzykiem

Rada Nadzorcza wspólnie z Zarządem Spółki regularnie analizuje otoczenie rynkowe i czynniki ryzyka, na które narażona jest Orbis S.A. Nowe projekty i planowane istotne transakcje są poddawane dokładnej analizie. W przypadku zmian przepisów, Spółka odpowiednio dostosowuje do nich swoją działalność.

Kontrola wewnętrzna funkcjonująca w Orbis S.A. opiera się na kontroli funkcjonalnej sprawowanej regularnie przez kadrę kierowniczą we wszystkich hotelach Spółki oraz jednostkach organizacyjnych Biura Zarządu. Kontrola ta oparta jest na procedurach operacyjnych oraz procedurach kontroli i nadzoru, wdrożonych w poszczególnych komórkach organizacyjnych.

Elementem zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych jest bieżący audyt systemu kontroli wewnętrznej sprawowany przez Zespół Audytu Wewnętrznego Spółki. System kontroli wewnętrznej obejmuje najistotniejsze procesy Spółki, w tym obszary mające bezpośrednio lub pośrednio wpływ na prawidłowość sprawozdań finansowych. Audyty wewnętrzne przeprowadzane są na polecenie i w zakresie określonym przez Zarząd i w porozumieniu z Komitetem Audytu wyłonionym w Radzie Nadzorczej Spółki, jak również zgodnie ze zdefiniowanymi wcześniej z Komitetem Audytu harmonogramem i celami.

Rada Nadzorcza uznaje za prawidłowy wdrożony w Orbis S.A. system kontroli wewnętrznej oraz system zarządzania ryzykiem. W opinii Rady Nadzorczej, Zarząd Spółki należycie monitoruje ryzyka pojawiające się w dynamicznie zmieniającym się środowisku zewnętrznym w celu wyeliminowania zagrożeń dla działalności i sytuacji finansowej Spółki.

Rok 2015 będzie wyjątkowym w całej historii Orbisu. Poprzez zawartą w styczniu transakcję zakupu od Accoru sieci 46 hoteli (w tym 38 istniejących i 8 planowanych hoteli), Grupa Orbis znacząco wzmocni swoją pozycję lidera branży hotelowej w Europie Wschodniej. W ocenie Zarządu, wejście na nowe, perspektywiczne rynki jest ogromną szansą dla Grupy na bardziej dynamiczny wzrost. Uwzględniając powyższe fakty, a zwłaszcza realizację zaktualizowanej strategii Spółki, dobre wyniki operacyjne oraz bezpieczną sytuację finansową, Rada Nadzorcza pozytywnie ocenia perspektywy rozwoju Spółki.

Przewodniczący Rady Nadzorczej

Sophie Isabelle Stabile

Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej

Jacek Ksen

Członkowie Rady Nadzorczej

Bruno Coudry

Laurent Francois Picheral

Jean-Jacques Dessors

Andrzej Procajto

Artur Gabor

Andrzej Przytuła

Christian Karaoglianian

Jarosław Szymański

Concise Evaluation of the Corporate Standing of Orbis S.A. for 2014

presented to the General Meeting of Shareholders

The year 2014 proved to be a good period for Orbis. The Company achieved positive operating results and reported a substantial growth in revenues and net profit as compared to past year. Orbis took advantage of a positive trend in the Polish economy as well as constantly improved revenue management which resulted in enhancing its position and market share. Thanks to marketing campaigns and PR projects, Orbis improved the particular brands' image and recognition.

2014 was an important year in terms of upgrading product and accordingly improving the competitiveness of the Group's hotels through modernisation. The total CAPEX of the Orbis Group amounted to PLN 112 million (of which PLN 103 million in Orbis). Significant refurbishment works were performed in the Company's key market, i.e. in Warsaw, including Sofitel Warszawa Victoria and Novotel Warszawa Centrum.

Orbis also continued expanding its hotel network through franchise and management contracts. 6 hotels joined the Group in 2014, of which 3 in Poland and 3 in the Baltic States.

To catch up with a speedy technological development, the Orbis Group and its strategic partner Accor unremittingly adapt their offer, launching state-of-the-art solutions like for example "e-check-in" and "e-check-out" or "virtual concierge" in Novotel hotels. In response to guests' needs, in November 2014 Orbis launched online payments (formerly, guests had to give a credit card number to make a booking). In coming months, the Group will continue deploying digital solutions, including "e-check-in" and "e-check-out" (Welcome project), in its hotels.

Also, the Group concentrates on revamping its food & beverage offer, taking into account present preferences signalled by clients. Following last year's introduction of the WineStone restaurant concept in Mercure hotels, the NOVO² project earmarked for Novotel-branded hotels was launched in the first half of 2014, while a pilot i-Burger project kicked off in ibis hotels at the end of the year. These projects will be implemented in subsequent hotels of the Group in 2015.

Corporate Social Responsibility represents a significant aspect in Orbis operations. In the past year, the Company continued to pursue the adopted strategy of sustainable development "Planet 21". As the first WSE-listed company, Orbis created a CSR-committee within its Supervisory Board in June 2014. It has been focusing on supervision and evaluation of Orbis CSR strategy implementation and recommendations regarding major projects. The Company takes special care of the environment, acts responsibly with regard to people, promotes best practices and shares its experiences with other representatives of the hospitality industry. Caring about local communities, the Company has been persistent in implementing its social project, i.e., the "Accordeon of Autonomy", which enjoys the prestigious patronage of the Minister of Labour and Social Policy.

The big step toward expansion and building up the unique position of Orbis as the leader in the hospitality industry in Eastern Europe was an agreement signed with Accor, Orbis' strategic shareholder. Thanks to this transaction, Orbis acquired the network of 38 operating hotels so far owned by Accor and became the sole licensor of all Accor brands in 16 countries of the region. As of today, the Orbis network comprises more than 100 hotels operating in 8 countries in Eastern Europe. As the agreement was concluded on January 7, 2015, the contribution of acquired hotels will be visible starting from the report for the first quarter of 2015.

1. Key Results

Income statement of Orbis S.A.

PLN thousand	2014	2013	% change
Net sales of products, merchandise and raw materials	523,927	500,991	4.6%
Cost of sales	(388,309)	(379,972)	-2.2%
Distribution & marketing costs	(23,470)	(21,901)	-7.2%
Administrative expenses	(65,705)	(66,311)	0.9%
Other operating income	8,648	9,835	-12.1%
Other operating expenses	(6,246)	(11,469)	45.5%
Revaluation of non-current assets	(4,042)	(3,187)	-26.8%
EBITDA	134,824	121,647	10.8%
EBITDA margin (EBITDA/Revenues)	25.7%	24.3%	1.4pp
Operating profit – EBIT	44,803	27,986	60.1%
EBIT margin (EBIT/Revenues)	8.6%	5.6%	3.0pp
Gain/(loss) from disposal of interests in subsidiaries, affiliates and associated companies	965	(415)	-
Finance income	49,584	40,915	21.2%
Finance costs	(2,333)	(1,489)	-56.7%
Profit before tax	93,019	66,997	38.8%
Income tax expense	(12,370)	(7,419)	-66.7%
Net profit	80,649	59,578	35.4%

Orbis S.A. closed the year 2014 with net profit of PLN 80,649 thousand and EBITDA of PLN 134,824 thousand.

During 12 months of 2014, Orbis S.A. generated higher sales than in the corresponding period of 2013. The level of Company's sales was beneficially impacted by a revival in the MICE segment and by a growth in the number of individual business clients. Moreover, performance improved also as an effect of numerous fairs and sporting events held in various Polish cities.

Despite increasing competition, the most substantial growth in sales compared to past year was generated by the Company's hotels in Warsaw. Thanks to numerous promotional campaigns, more roomnights were sold to tourists, which considerably pushed up weekend occupancy. Warsaw hotels' performance improved also owing to the Annual Meeting of the European Bank for Reconstruction and Development and sporting events hosted by the National Stadium in Warsaw, like the Indoor Windsurf World Cup or Verva street racing.

Another major event of the year 2014 was the FIVB Volleyball Men's World Championship that exerted an advantageous impact, particularly on the performance of hotels located in Łódź and Katowice, i.e. cities hosting the Championship's finals. Also, Warsaw-based hotels reported nearly full occupancy following the Championship opening match.

In 2014, a noticeable rise against past year was reported in food & beverage sales, with advantageous impact of the new WineStone restaurant concept introduced in Mercure hotels, and of the combination of a bar and a restaurant (NOVO² project) in Novotels.

A larger number of roomnights sold increased cost of sales. A rise as compared to 2013 was reported in commissions paid to sales agents as well as in costs of products used in the food & beverage department. As a result of incessant works aimed at enhancing the hotels' standard, the cost of maintenance & repair services went up as well. The increase in employee benefit expense was driven by an inflationary pay increase given to employees and higher-than-last-year provisions for bonuses linked to financial results of the Company. Also, in the current year the Company incurred higher fees for perpetual usufruct of land, updated by the authorities in respective towns and cities based on new valuations of plots of land.

The growth in distribution & marketing costs is an effect of intensified advertising campaigns launched with an aim to promote the franchise and to enhance recognition of all brands of the Company's portfolio. In 2014, more sizeable sums were earmarked for press and Internet advertising than last year.

With major growth in turnover and higher cost of wages and salaries, administrative expenses remained at a similar level, which is an effect of regular control and optimisation of costs not directly related to sales.

Other operating income reported a decline as compared to past year. Higher level of other income in 2013 was mainly a result of grants received from the European Social Fund for financing training programmes.

Also, the Company reported a much lower level of other operating expenses in the current period. Last year, these expenses were dominated by employment restructuring costs resulting from the Voluntary Departure Plan implemented in Orbis S.A. In 2014, the Company did not incur such high restructuring costs. However, in the current year it was the costs associated with the purchase from Accor of interests in companies operating in Central Europe that represented a major item of other operating expenses.

The "Gain/(loss) on disposal of interests in subsidiaries, affiliates and associates" item relating to the current year discloses the result generated on the sale of interests in Wioska Turystyczna Wilkasy Sp. o.o. In 2013, result on the disposal of interests in Orbis Transport Sp. z o.o. was presented under this item.

Finance income tripled as compared to 2013, which was fuelled predominantly by the valuation for purposes of statement of financial position of two forward contracts for the purchase of a specific amount of Euro with delivery date set for January 5, 2015. Furthermore, foreign exchange gains on valuation for purposes of statement of financial position of cash in a foreign currency (EUR), that in January 2015 was earmarked for the purchase of interests in foreign operations, were posted in finance income of 2014.

Similarly, an increase as compared to past year was reported in finance costs, first and foremost, as a result of actuarial gains/losses arising from the change in the financial discount rate applied to measure provisions for jubilee awards.

Financial result, net of effects of one-off events

PLN thousand	2014	2013	% change
EBITDA	134,824	121,647	10.8%
1. result on sale and liquidation of real property	(7,402)	(6,892)	
2. revaluation of non-current assets	4,042	3,187	
3. costs of purchase of interests in companies in Central Europe	2,256	0	
4. costs of employment restructuring	510	8,581	
"like-for-like" EBITDA	134,230	126,523	6.1%

Operating ratios of Orbis S.A.

	2014	2013	% change
Ratios			
Occupancy rate	58.6%	54.7%	3,9 pp
Average Room Rate (ARR) in PLN	226.9	230.9	-1,7%
Revenue per Available Room (RevPAR) in PLN	132.9	126.3	5,2%
Number of roomnights sold (owned hotels)	1 319 978	1 232 261	7,1%
Number of rooms – owned hotels	6 170	6 172	0,0%
Number of rooms – franchised and managed hotels	1 586	1 011	56,9%
% structure of roomnights sold			
Poles	51%	52%	-1,0pp
Foreigners	49%	48%	1,0pp
Business clients	58%	59%	-1,0pp
Tourists	42%	41%	1,0pp

During 12 months of 2014, hotels of the Company reported a growth in Revenue per Available Room (RevPAR), chiefly due to higher occupancy rate that offset the reported decline in the Average Room Rate (ARR). In 2014, hotels of all brands reported a major increase in the number of customers of the MICE segment. Also, demand among individual business clients boosted as compared to past year. Furthermore, Novotels sold more roomnights to airline crew members. Numerous promotional campaigns launched by the Group contributed to an increase in the number of individual tourists in Sofitel, Mercure and Novotel hotels. However, a drop was reported in the tourist group segment, which was most reflected in the performance of Orbis hotels located in Gdynia and Wrocław.

As at the end of 2014, the Company reported a larger number of offered rooms as compared to December 31, 2013. During 2014, the Company added six franchised hotels to its network, namely Mercure Raclawice Dosłońce Conference & SPA, Mercure Marijampole in Lithuania, Mercure Riga Centre and ibis Styles Riga in Latvia, ibis Styles Wrocław, as well as Mercure Sepia Bydgoszcz.

Similarly to the past year, in the structure of guests business clients accounted for a larger share (51%) than tourists (49%). The share of guests from Poland went down by 1 percentage point. Foreigners accounted for 42% of all clients.

Employment and payroll & related expenses

Average employment in 2014 stood at 1,781 full-time equivalents (FTE) and declined by 6.8% versus past year. The decline results from restructuring actions carried out in 2013. These actions consisted in introducing organisational changes and adapting the level of employment to current operational needs, which brought about a marked decline in employment both in Company hotels and in the Head Office. Employees departed within the frame of the Voluntary Departure Plan.

Employee benefit expense incurred in 2014 amounted to PLN 144.8 million. In 2013, employee benefit expense stood at PLN 141.6 million.

One of the significant objectives of the Company is to boost competitiveness by means of unceasing improvement of employees' competencies. 2,500 employees of Orbis and other companies of the Orbis Hotel Group were trained in 2014, principally in management, customer service, building of positive image and brand recognition or financial administration. Thanks to the "Oxygen Program", a project dedicated to talented future managers, the Orbis Hotel Group has acquired numerous employees prepared to take up major managerial positions.

In an effort to ensure top quality of provided services and positive image of the Group brands, the Company introduced a training module for franchise partners. In aggregate, 569 participants from franchised hotels took part in all forms of trainings provided in Académie Accor in Poland and in the Baltic States.

2. Selected Results and Issues to be Monitored

- The current ratio declined slightly as compared to past year and remains at a good level of 2.06.
- The debt-to-equity ratio went up to 6.3% in 2014 due to a higher level of current liabilities (predominantly investment liabilities).

The Company did not have any liabilities arising from borrowings as at December 31, 2014.

As at December 31, 2014, unused credit lines amounted to PLN 500,000 thousand, of which:

- PLN 20,000 thousand – overdraft available at Bank Handlowy w Warszawie S.A.;
- PLN 480,000 thousand – under the credit facility agreement executed with Société Générale S.A. Branch in Poland and Bank Polska Kasa Opieki S.A. According to the executed agreement, the credit facility was allocated for financing 80% of the price payable for interests in companies in Central Europe purchased by Orbis S.A. in January 2015 and for corporate purposes of Orbis S.A., up to the sum not higher than PLN 50,000 thousand.

In the opinion of the Management Board, presently there exist no circumstances that would indicate problems with financial liquidity and a threat to the Company's ability to continue as a going concern.

3. Progress of the Investment Program

In 2014, Orbis S.A. expended PLN 103,387 thousand on property, plant and equipment, in line with the 2014 authorised budget.

Investment expenditure amounting to PLN 63,739 thousand was appropriated for development projects, predominantly for the continued modernisation of the Sofitel Warszawa Victoria and Novotel Warszawa Centrum hotels, modernisation of the Orbis Gdynia hotel in Gdynia connected with the rebranding, purchase of a plot of land for a new hotel in Kraków as well as for designing works associated with the construction of this hotel.

Also, expenditure incurred in 2014 was earmarked for modernisation of hotels operating in the network. Major projects implemented in 2014 with a view to upgrading the hotel standard include, among others, modernisation of selected rooms and public areas in Novotel Gdańsk Marina, Novotel Katowice Centrum, Novotel Poznań Centrum, Novotel Warszawa Airport and Mercure Wrocław Centrum.

As regards IT expenditure, in 2014 replacement of front desk systems continued in hotels of the Orbis Group. The new systems allow for a much better integration with global reservation systems and serve as a basis for implementation of new projects, including the Welcome project aimed at enhancing guest service based on mobile technologies.

The project involving a comprehensive replacement of ICT connections in all hotels of the Orbis Hotel Group came to an end in the second half of 2014. New, far more efficient fibre optic connections will meet growing needs of the Group in the area of data transmission (WAN corporate network, Internet access for hotel guests, remote services of outsourced companies, etc.). Furthermore, new high security standards, that make it possible to meet the latest requirements including PCI-DSS, were implemented.

In 2014, works were carried out in connection with the implementation of a uniform finance & accounting system, combined with the budgeting and reporting systems, in the Orbis Group companies. In the first half of the year, the finance & accounting system was launched in three Orbis S.A.'s related companies, while in January 2015 it was introduced in Orbis and the remaining companies of the Group.

In 2015, Orbis will focus on boosting effectiveness of hotels operating within the network. Priorities for the Polish market invariably comprise enhancing the product through hotel modernisations as well as implementation of potential development projects in key locations. Major investment projects for 2015 include commencement of construction of a Mercure hotel in Kraków and an ibis hotel in Gdańsk. Furthermore, rebranding works will be conducted in the following three hotels: Orbis Gdynia, Posejdon Gdańsk and Magura Bielsko-Biała.

4. Polish Hotel Market in 2014

The year 2014 turned out to be positive for hotel operators in Poland. The demand for hotel rooms, generated mainly by the business segment, was on the rise in most large cities. A number of major sporting events were held last year, including the World Indoor Championships in Athletics, the Volleyball Men's World Championship, the Laser Radial - Youth World Championship and the World Modern Pentathlon Championships. These events, particularly volleyball, attracted many fans from several countries around the world. Like the UEFA European Football Championship EURO 2012, these events were of great importance for Poland's promotion and image, which has been reflected in very good opinions about our country as the organiser of large events. At the same time this confirmed that Poland is capable of organising similar projects in the future, while Polish hotels are ready to welcome such a large volume of foreign visitors.

According to the data published by the Central Statistical Office (GUS), 2,250 hotels operated in Poland at the end of July 2014, which is by 6.8% more than in the corresponding period of 2013 (2,107). The number of rooms increased up to close to 114 thousand. During the same period, the greatest increase was reported in the number of four-star and five-star hotels, i.e. 134 hotels. Three-star hotels have the greatest share (41.1%), while one-star hotels the lowest share (5.1%) in the hotel market (bed-wise). According to data of Horwath HTL, at the end of 2014 the hotel industry in Poland comprised 2,450 categorised hotels that offered more than 122 thousand hotel rooms.

In 2014, the predominant majority of new hotels was opened in the capital. The Warsaw hotel market expanded by almost 900 rooms. The newly opened hotels include Hampton by Hilton City Centre (300 rooms), DoubleTree by Hilton (358 rooms), Warsaw Plaza (146 rooms), while Airport Okęcie substantially expanded its bed portfolio (94 new rooms, total number of rooms: 264). Despite this growth, the prices of accommodation in Warsaw hotels in 2014 remained at a level substantially close to that of 2013.

The RevPAR (revenue per available room) of network hotels in major tourist destinations such as Kraków, Trójmiasto, Wrocław and Poznań grew by 4 to 6 percent.

The fact that quantitative changes in the Polish hotel base are accompanied by qualitative changes is a positive trend. Due to growing competition and rising customer requirements, it is no longer sufficient to respond to guest needs in order to stay on the market. The needs of hotel guests must be anticipated and their expectations must be met, which becomes viable thanks to modern IT systems.

The hotel sector looks to the year 2015 with optimism, expecting an economic upturn. Thanks to joint efforts and promotional campaigns centred around the tourism sector in recent years by the Ministry of Sport and Tourism, the Polish Tourist Organisation and a number of municipal and local promotion offices throughout Poland, the number of foreign tourists visiting our country has been growing steadily for the last five years. Poland is increasingly associated with a country which is attractive for tourists, modern, open and experiencing an economic success rather than, as in the past, as a country of lost uprisings and martyrdom. Preliminary estimates from the Ministry of Sport and Tourism indicate that the number of foreign tourists who came to Poland in the entire year 2014 may total approx. 16.4 million, i.e. 3-4% more than in 2013, when 15.8 million tourists visited Poland. Annual revenue from tourism is expected to rise to PLN 110 billion in 2014, against PLN 104 billion in the preceding year. Forecasts of GDP growth in Poland of approximately 3-3.5% over the coming two years (2015-2016) inspire optimism about the growth of the hotel sector in our country. Economic growth will be additionally fuelled by an inflow of new funding from the EU, allocated to Poland for the years 2014-2020 in the amount of over EUR 80 billion.

In the opinion of Hotel Professionals experts, best performance in 2015 can be expected from hotels operating under global brands. Thanks to extensive distribution networks and intensive marketing activities, brand hotels enjoy a significant competitive advantage over non-network hotels. Polish investors are increasingly aware of the benefits to be derived from joining a renowned network, therefore the year 2015 should witness a further increase in the number of hotels operating under franchise or management agreements. Due to the coefficient of the number of beds in hotel-type facilities per 10 thousand residents being much lower than in other countries of the European Union, both in large and small cities in Poland, there is still room for the development of global brands, particularly in the economy (budget) segment and the midscale segment in the 1-, 2- and 3-star category.

5. Evaluation of the Internal Control System and the Risk Management System

Acting jointly with the Company's Management Board, the Supervisory Board analyses on a regular basis the market environment and risk factors to which Orbis S.A. is exposed. New projects and planned significant transactions are subject to a detailed analysis. In the case of regulation changes, the Company adjusts its operations accordingly.

The internal control system in place in Orbis S.A. is based on functional control exercised on a regular basis by its management in all the hotels of the Company and organisational units of the Head Office. This control relies on operational procedures as well as control and supervision procedures, implemented in organisational units.

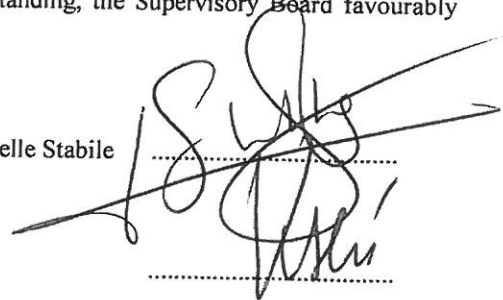
Risk management in respect of preparation of financial statements incorporates on-going audit of the internal control system exercised by the Internal Audit Team of the Company. The internal control system covers major processes in the Company, including those areas that affect, directly or indirectly, correctness of financial statements. Internal audits are carried out upon request of, and to the extent determined by, the Management Board and in consultation with the Audit Committee appointed from amongst the Supervisory Board members, but as well according to the schedule and targets pre-defined with the Audit Committee.

The Supervisory Board considers the internal control system and the risk management system in place in Orbis S.A. to be correct. In the Supervisory Board's opinion, the Company's Management Board properly monitors the risks arising in the rapidly evolving external environment in order to eliminate threats to the Company's business and financial standing.

The year 2015 will be exceptional in the entire history of Orbis. Owing to the transaction of purchase of a network of 46 hotels (including 38 existing and 8 planned hotels) from Accor, executed in January, the Orbis Group will substantially strengthen its position of the leader of hospitality industry in Eastern Europe. In the opinion of the Management Board, entering these new, perspective markets gives the Group a great opportunity for a more robust supply growth. Taking the above facts into account, and considering especially the implementation of the updated strategy of the Company, solid operational results and safe financial standing, the Supervisory Board favourably evaluates the prospects for the Company's development.

Chairman of the Supervisory Board

Sophie Isabelle Stabile



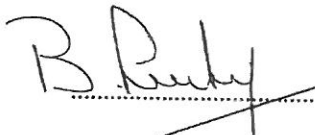
Deputy Chairman of the Supervisory Board

Jacek Kseń



Members of the Supervisory Board

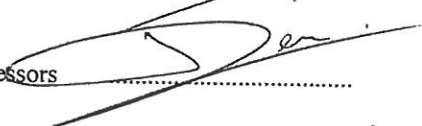
Bruno Coudry



Laurent Francois Picheral



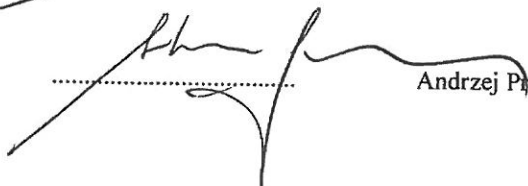
Jean-Jacques Dessors



Andrzej Procajło



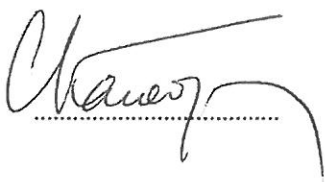
Artur Gabor



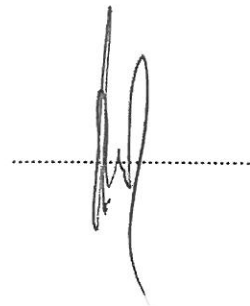
Andrzej Piżyła



Christian Karaoglanian

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Chawer', written over a horizontal dotted line. The signature is stylized with a long horizontal stroke at the top and a large loop at the bottom.

Jarosław Szymański

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'JS', written over a horizontal dotted line. The signature is very stylized and compact.