



Grupa Kapitałowa Orbis

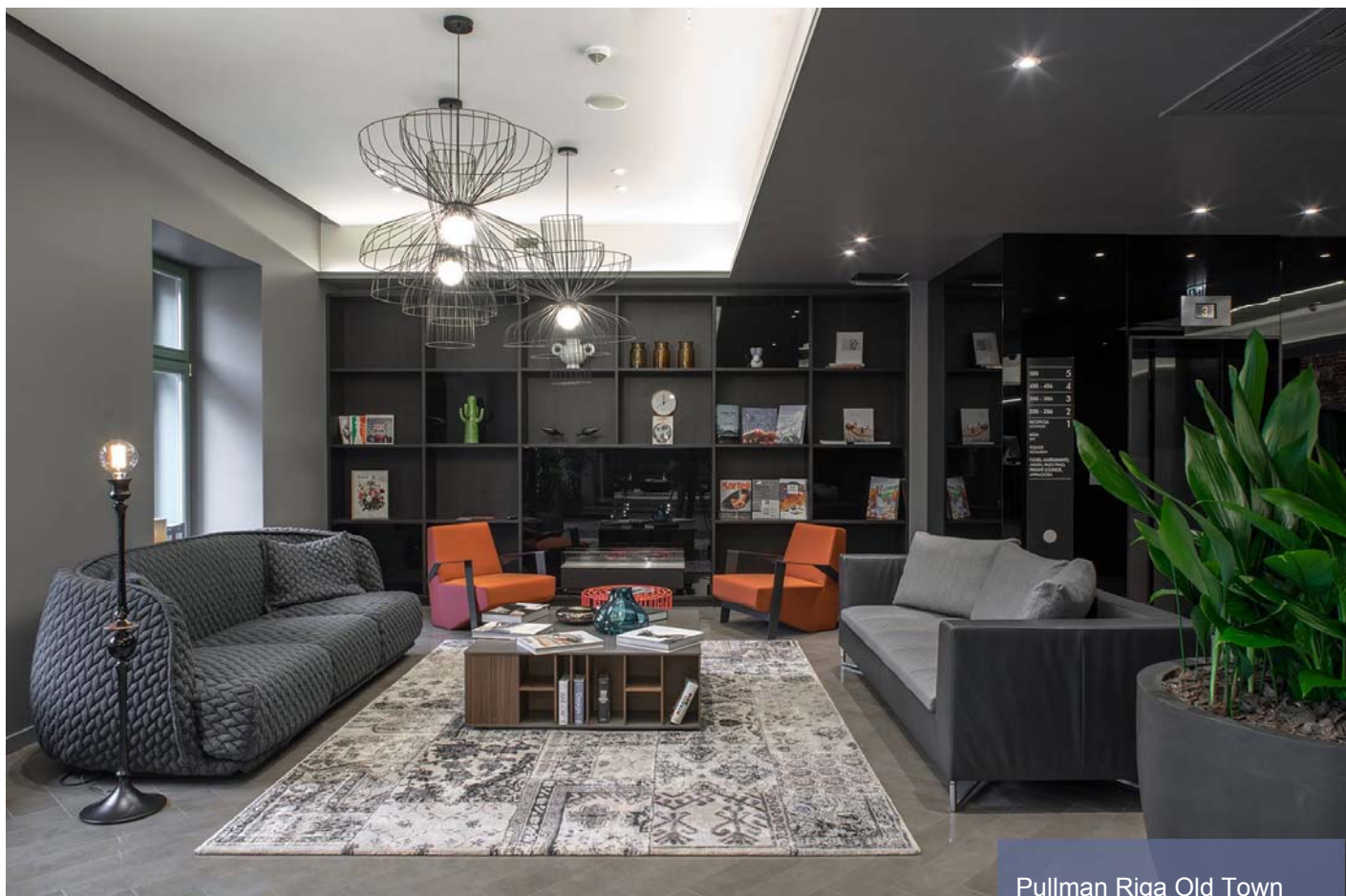
SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI W I PÓŁROCZU 2016 ROKU



Spis treści

1	GRUPA ORBIS W PIGUŁCE	3
2	KOMENTARZ PREZESA ZARZĄDU ZA I PÓŁROCZE 2016 ROKU	7
3	OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE	9
4	CHARAKTERYSTYKA GRUPY ORBIS	13
4.1	STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ ORBIS	13
4.2	SPÓŁKI NALEŻĄCE DO GRUPY ORBIS	14
4.3	KIERUNKI ROZWOJU GRUPY ORBIS	16
5	DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA	19
5.1	BAZA HOTELOWA GRUPY ORBIS	19
5.2	WSKAŹNIKI OPERACYJNE	20
5.2.1	HOTELE WŁASNE	20
5.2.2	HOTELE ZARZĄDZANE I FRANCZYZOWANE	23
5.3	KLIENCI	25
6	WYNIKI FINANSOWE	27
6.1	CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI	27
6.2	RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT	28
6.3	SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ	31
6.4	SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM	32
6.5	SPRAWOZDANIE Z PRZEPIŹYWÓW PIENIĘŻNYCH	33
6.6	ANALIZA WSKAŹNIKOWA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH	34
6.7	PROGNOZA WYNIKU OPERACYJNEGO EBITDA W 2016 ROKU	34
7	RYZYKO DZIAŁALNOŚCI	36
7.1	RYZYKO BIZNESOWE	36
7.1.1	RYZYKO ZWIĄZANE Z SYTUACJĄ MAKROEKONOMICZNĄ I STANEM BRANŻY HOTELOWEJ	36
7.1.2	RYZYKO ZWIĄZANE Z KONKURENCJĄ	36
7.1.3	RYZYKO WYNIKAJĄCE ZE WSPÓŁPRACY Z AGENCJAMI I POŚREDNIKAMI TURYSTYCZNYMI	36
7.2	RYZYKO FINANSOWE	36
7.2.1	RYZYKO WALUTOWE	37
7.2.2	RYZYKO STOPY PROCENTOWEJ	37
7.2.3	RYZYKO KREDYTOWE	37
7.2.4	RYZYKO PŁYNNOŚCI	38
7.2.5	RYZYKO CENOWE	38
7.3	RYZYKO PRAWNE	39
7.4	RYZYKO UTRATY REPUTACJI	39
7.5	CZYNNIKI RYZYKA ZWIĄZANE Z OBLIGACJAMI	39
7.5.1	RYZYKO WCZEŚNIEJSZEGO WYKUPU OBLIGACJI Z PRZYCYN INNYCH NIŻ NA ŻĄDANIE OBLIGATARIUSZA	39
7.5.2	RYZYKO WCZEŚNIEJSZEGO WYKUPU OBLIGACJI NA ŻĄDANIE OBLIGATARIUSZA	39
8	INFORMACJE DODATKOWE	41
8.1	NAKŁADY INWESTYCYJNE	41
8.2	PRACOWNICY	42
8.3	LUDZIE I SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ (CSR)	42
8.4	STRUKTURA AKCJONARIATU	44
8.5	NOTOWANIA AKCJI	45
8.6	WŁADZE STATUTOWE SPÓŁKI	46
8.7	PODMIOT UPRAWNIONY DO BADANIA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	47
8.8	RELACJE INWESTORSKIE	47
	ZAŁĄCZNIK: SŁOWNIK TERMINÓW	48
	OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	51

GRUPA ORBIS W PIGUŁCE



Pullman Riga Old Town

1 GRUPA ORBIS W PIGUŁCE

„Naszym celem jest wzmocnienie pozycji lidera – największej i najwyżej cenionej Grupy Hotelowej w Europie Wschodniej”

Tworzymy wartość dla akcjonariuszy, kierując się trzema założeniami: doskonalenie produktu, dalsza ekspansja sieci hotelowej i realizacja projektów rozwojowych. Te trzy cele strategiczne definiują nasz sposób myślenia – od decyzji inwestycyjnych po zarządzanie talentami.

**Nasze cele obejmują
doskonalenie produktu,
dalszą ekspansję i realizację
projektów rozwojowych ...**

Koncentrujemy się na wzmocnianiu naszego portfela marek, by skuteczniej zaspokajać potrzeby klientów i dostosowywać się do zmieniających się wzorców zachowań i stylu życia ludzi. Realizujemy strategię rozwoju sieci zarówno poprzez zawieranie umów franczyzy i o zarządzanie, jak też wdrażając własne projekty. Chcemy stworzyć sprawną, nowoczesną, dynamiczną organizację, osiągającą znaczący wzrost rentowności.

Korzystamy z innowacyjnych rozwiązań, by podnosić poziom naszej doskonałości operacyjnej. W dobie informatyzacji i globalizacji goście hotelowi na całym świecie w równym stopniu cenią sobie cyfrowe udogodnienia co lokalizację hoteli, standard obsługi czy wyposażenie pokoju. Stawiamy na działalność gastronomiczną - jest to jeden ze strategicznych priorytetów rozwoju Grupy Orbis.

W branży hotelarskiej kluczową rolę odgrywają pracownicy. Kładziemy szczególny nacisk na kulturę zarządzania i kapitał ludzki, jak też na zrównoważony rozwój, etykę i społeczną odpowiedzialność biznesu.

Wiedza, doświadczenie i silna pozycja w branży hotelarskiej pozwalają nam stawiać czoło nowym wyzwaniom, aby kontynuować rozwój Grupy Kapitałowej Orbis w regionie w sposób zrównoważony.

Nasz model biznesowy

Za nami stoją silne, rozpoznawalne na całym świecie marki, takie jak: Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Mercure, ibis, ibis Styles i ibis budget.

Hotele klasy wyższej
i luksusowe

SOFITEL
HOTELS & RESORTS

 pullman
HOTELS AND RESORTS



Hotele klasy średniej

 NOVOTEL
HOTELS & RESORTS

 Mercure
HOTELS

Hotele ekonomiczne



Rynki, na których działamy

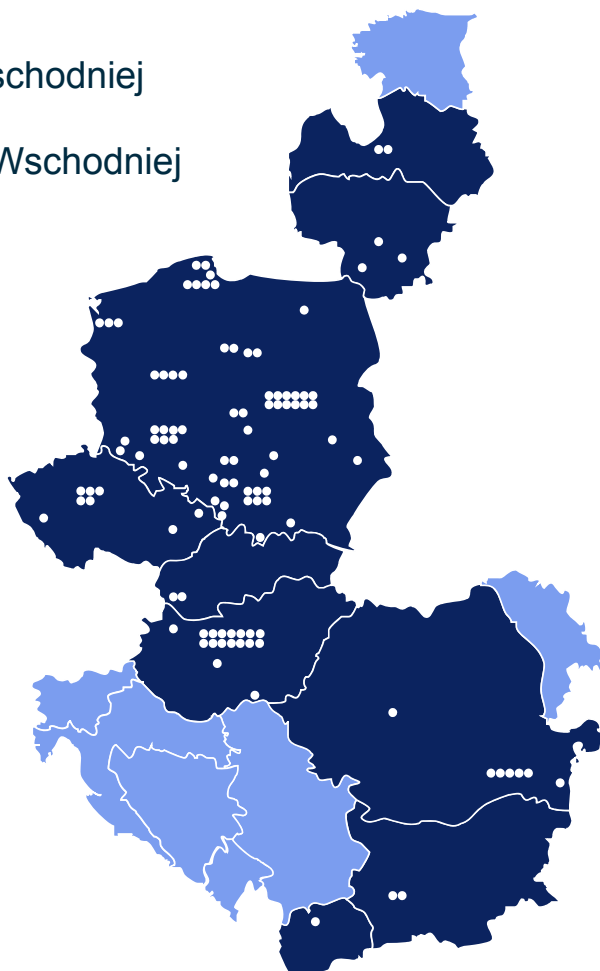
Orbis jest największym operatorem hotelowym w Europie Wschodniej działającym w 9 krajach, z możliwością dalszej ekspansji w kolejnych 7 krajach regionu. Jesteśmy wyłącznym licencjodawcą marek Accor w 16 krajach, w tym w Bośni i Hercegowinie, Bułgarii, Chorwacji, Czarnogórze, Czechach, Estonii, na Litwie, Łotwie, w Macedonii, Mołdawii, Polsce, Rumunii, Serbii, Słowacji, Słowenii i na Węgrzech.

95 hoteli w Europie Środkowo-Wschodniej

10 hoteli w Europie Południowo-Wschodniej

9 hoteli w krajach Bałtyckich

1/3 naszych
przychodów ze
sprzedaży generowana
jest poza Polską



Najważniejsze osiągnięcia w I połowie 2016 r.

639,9 mln zł (+8,2%)

przychody netto ze sprzedaży

84,9 mln zł (+24,1%)

zysk przed opodatkowaniem

10,2% wzrost RevPAR

Wyniki finansowe omówiono na stronach 27-34 Sprawozdania.

Nasze marki



**W Grupie Orbis 4 hotele,
1 tys. pokoi**

Autentyczne, luksusowe hotele z francuską duszą

Marka międzynarodowa, luksusowa, niezestandaryzowana. Hotele łączące francuskie pochodzenie z tym, co najlepsze w lokalnej kulturze. Zaprojektowane przez renomowanych architektów, którzy w swych projektach oddają francuski styl i elegancję.



**W Grupie Orbis 2 hotele,
360 pokoi**

Połączenie doskonałości z rozrywką

Marka międzynarodowa klasy wyższej. Designerskie hotele wysokiej klasy. Są zlokalizowane w największych metropoliach i najatrakcyjniejszych miejscowościach turystycznych. Oferują szeroką gamę niestandardowych usług, innowacyjne technologie i nowe podejście do organizacji spotkań poprzez ofertę Co-Meeting.



**W Grupie Orbis 2 hotele,
250 pokoi**

Luksusowe hotele butikowe, inspirujące i niepowtarzalne

Marka klasy wyższej, międzynarodowa i niezestandaryzowana. Hotele butikowe, oferujące luksusowe pobyty, takie jak: weekendy tematyczne, seminaria, podróże służbowe. Każdy hotel jest inspirowany historią starożytną lub współczesną.



**W Grupie Orbis 21 hoteli,
4,9 tys. pokoi**

Modern Easy Living

Marka klasy średniej, międzynarodowa, zestandaryzowana. W sieci Novotel każdy może poczuć swobodę i wybrać własny styl życia. Nowoczesne hotele, dostosowane do potrzeb zarówno biznesmenów, jak i rodzin z dziećmi. To unikalne podejście do gościnności, oparte na prostocie i elegancji, jest doceniane na całym świecie.



W harmonii z ludźmi i miejscami

**W Grupie Orbis 31 hoteli,
5,3 tys. pokoi**

Marka klasy średniej, międzynarodowa i niezestandardyzowana. Łączy atuty międzynarodowej marki, gwarantującej wysoką jakość z niezobowiązującą atmosferą, typową dla hoteli o indywidualnym charakterze. Hotele są zlokalizowane w centrach miast, jak również w nadmorskich lub górskich kurortach.



Dobre samopoczucie w najlepszej cenie

**W Grupie Orbis 33 hotele,
5,0 tys. pokoi**

Europejski lider w segmencie hoteli klasy ekonomicznej. Marka zestandardyzowana. Nowoczesne pokoje, wyposażone w wygodne łóżka. Szeroki wybór restauracji w różnym stylu. Dbałość o jakość (770 hoteli w Grupie Accor posiada certyfikat ISO 9001) i o środowisko (417 hoteli w Grupie Accor ma certyfikat ISO 14001).



Komfort, unikalny styl i all inclusive

**W Grupie Orbis 11 hoteli,
1,3 tys. pokoi**

Marka międzynarodowa, niezestandardyzowana. Większość hoteli jest zarządzana na podstawie umowy franczyzowej. Oferta jest kierowana zarówno do osób podróżujących samotnie i służbowo, jak i do rodzin i turystów. Oprócz pokoju, oferta obejmuje także śniadanie, dostęp do sieci Wi-Fi i szereg usług dodatkowych.



Istota komfortu w przystępnej cenie

**W Grupie Orbis 9 hoteli,
1,2 tys. pokoi**

Marka międzynarodowa, zestandardyzowana. Nowoczesny, prosty design. Wygodne 1-3 osobowe pokoje *Cocoon* z kabinami prysznicowymi, telewizorami z płaskim ekranem, siecią Wi-Fi i śniadaniem bez ograniczeń w samoobsługowym bufecie.

Komentarz Prezesa Zarządu I PÓŁROCZE 2016 ROKU

Rok 2015 był dla Grupy rokiem wyjątkowym. Z satysfakcją stwierdzam, że w pierwszym półroczu 2016 roku nasze wyniki nadal rosły w szybkim tempie. Orbis może pochwalić się dwucyfrowym wzrostem wskaźnika RevPAR (+10,2%) w porównaniu do pierwszego półrocza 2015 roku, dzięki wyższym wskaźnikom operacyjnym w całym regionie Europy Wschodniej (wzrost wskaźnika frekwencji o +1,9 p.p. oraz średniej ceny za pokój o +6,9%). Osiągnęliśmy także rekordowo wysoki **WYNIK** finansowy – przychody wzrosły o +8,2%, do 639,9 mln zł, a EBITDA operacyjna osiągnęła poziom 164,3 mln zł (co oznacza wzrost o +14,8% w porównaniu do pierwszego półrocza 2015 roku). Jestem dumny z Pracowników Orbisu, którzy skutecznie wdrażali strategię Spółki w życie. To dzięki ich zaangażowaniu, duchowi walki oraz sprzyjającym warunkom gospodarczym osiągnęliśmy tak dobre wyniki.

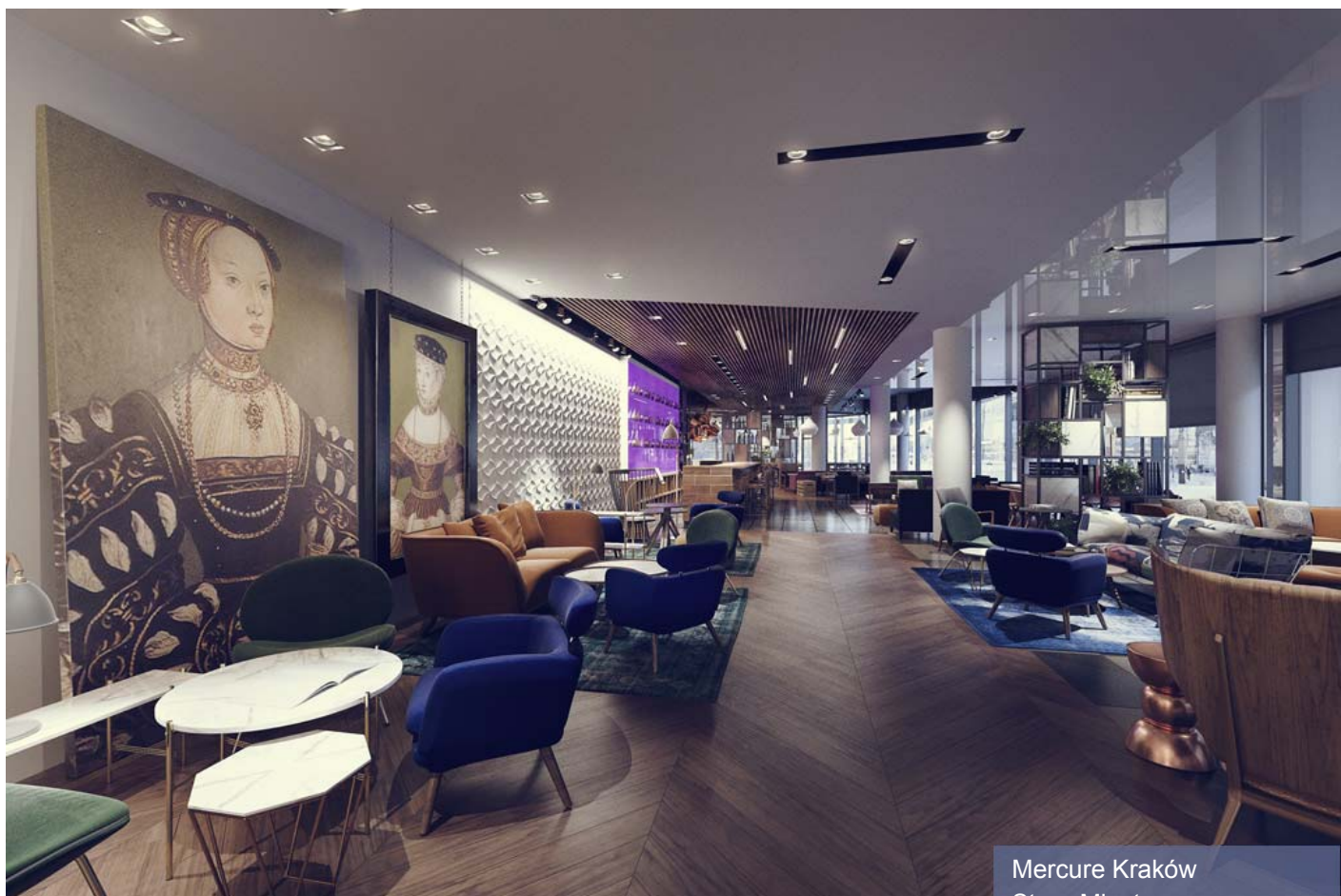
Wejście na nowe rynki regionu w styczniu 2015 roku znacznie przyspieszyło rozwój Grupy Orbis i stworzyło nowe możliwości dalszego budowania wartości Spółki dla akcjonariuszy. W celu optymalizacji **PORTFELA** hoteli efektywnie alokowaliśmy kapitał poprzez zarządzanie naszymi aktywami. W pierwszym półroczu pomyślnie zrealizowaliśmy transakcję wykupu dwóch dotychczas dzierżawionych hoteli w Budapeszcie. Nie wykluczamy także dalszych transakcji, które mogłyby umożliwić Grupie bardziej efektywne zarządzanie hotelami. Jednocześnie, realizowane transakcje sprzedaży i franczyzy zwrotnej hoteli o niestrategicznym znaczeniu dla Spółki dowodzą naszej determinacji w dążeniu do aktywnej restrukturyzacji Grupy. Pozyskane w ten sposób środki pieniężne pozwalają na ich realokację w bardziej dochodowe inwestycje, w nowe hotele położone w kluczowych lokalizacjach, jak również na finansowanie procesu doskonalenia naszej oferty usług w ramach istniejącej sieci hoteli. W pierwszym półroczu wzmocniliśmy naszą wiodącą pozycję na rynku o 6 nowych hoteli prowadzonych na podstawie umów franczyzy (prawie 650 nowych pokoi). Ponadto zawarliśmy 6 nowych umów franczyzy lub zarządzania, na podstawie których do Grupy wkrótce dołączą nowe obiekty. Kierując się zasadami zrównoważonego rozwoju, realizujemy stabilny i ambitny plan powiększania sieci hoteli, w ramach którego w ciągu najbliższych 2 lat otwarte zostaną 23 hotele.

Wszystkie nasze inwestycje portfelowe są powiązane z **LUDŹMI**, gdyż istotą usługi hotelowej jest gościnność oraz relacja pomiędzy gościem a gospodarzem. Mając to na uwadze rozpoczęliśmy wśród naszych zespołów pracowniczych realizację krótko- i długoterminowych projektów, skoncentrowanych na ustawieniu gości w centrum uwagi (pasja do hotelarstwa), a także rozwoju uzdolnionych pracowników i ich inspirowaniu do nowych pomysłów. Zmieniamy kulturę korporacyjną w Grupie poprzez realizację naszych wartości, wdrożenie nowego modelu przywództwa, a także wprowadzanie w życie w szerokim zakresie planu digitalizacji. Jesteśmy przekonani, że satysfakcja gości jest związana zarówno z dobrym samopoczuciem personelu, jak i jego zaangażowaniem w wykonywanie pracy.

Wyniki osiągnięte przez Orbis w pierwszym półroczu napawają mnie satysfakcją. Nasz optymizm odzwierciedla prognoza EBITDY operacyjnej na rok 2016 na poziomie 360-370 mln zł. Spoglądając w przyszłość widzimy, że jesteśmy na właściwej drodze do realizacji naszych zadań i nadal mamy ambitne cele do osiągnięcia w zakresie dalszego rozwoju sieci hoteli i efektywności Grupy.

Jestem przekonany, że dzięki naszej wspólnej pracy wzmocnimy pozycję lidera w regionie.

OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE

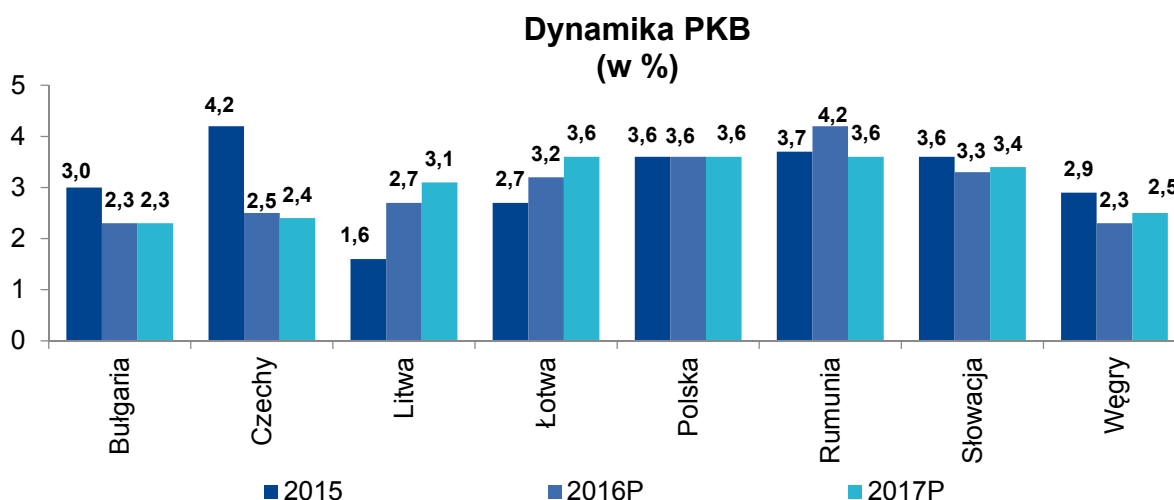


Mercure Kraków
Stare Miasto

3 OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE

Kontynuacja ożywienia w atmosferze niepokoju na światowych rynkach

W pierwszym półroczu 2016 roku obserwowaliśmy kontynuację wzrostu gospodarczego w regionie Europy Środkowo-Wschodniej mimo zwiększającego się ryzyka politycznej niepewności. Rosnące płace realne miały odzwierciedlenie we wzroście popytu konsumpcyjnego, przy jednoczesnym niskim poziomie inwestycji indywidualnych. Do kontynuacji wzrostu gospodarczego powinno przyczynić się rozluźnienie polityki fiskalnej i utrzymywanie łagodnego nastawienia polityki pieniężnej w krajach regionu. W najbliższej perspektywie silny popyt krajowy powinien wspierać dalszy wzrost gospodarczy wśród krajów o niskiej lub ujemnej inflacji. W 2016 roku oczekuje się, że kraje Europy Środkowo-Wschodniej odnotują średni wzrost na poziomie 3,1%. Czynnikiem ryzyka dla wzrostu dalszej aktywności gospodarczej pozostaje niepewność dotycząca koniunktury gospodarczej na świecie.



Źródło: Międzynarodowy Fundusz Walutowy, *World Economic Outlook*, April 2016 (prognoza na lata 2016-2017)

Wysoka aktywność sektora wytwórczego w Polsce i w regionie

Wartości wskaźnika PMI potwierdzają utrzymującą się dobrą koniunkturę w regionie. W Polsce na koniec czerwca indeks PMI był na poziomie 51.8, co potwierdza prognozy dalszego ożywienia w gospodarce, wykorzystując wzrost w strefie EURO i niski poziom złotego względem najważniejszych walut.

Również w Czechach i na Węgrzech wskaźnik PMI w ciągu pierwszego półrocza 2016 utrzymywał się powyżej 50 pkt, co wskazuje na wzrost aktywności przemysłowej.

Dalsza poprawa na rynku pracy

Sytuacja na rynku pracy ulega dalszej poprawie. W większości krajów regionu w pierwszym półroczu obserwowany był wyraźny spadek stopy bezrobocia w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego, co przekłada się na jednocyfrowe wartości stopy bezrobocia. Na rynku polskim, dzięki niskiej stopie bezrobocia (8,8% na koniec czerwca 2016 roku) i wysokiej ilości ofert pracy, spodziewane jest przyspieszenie wzrostu płac.

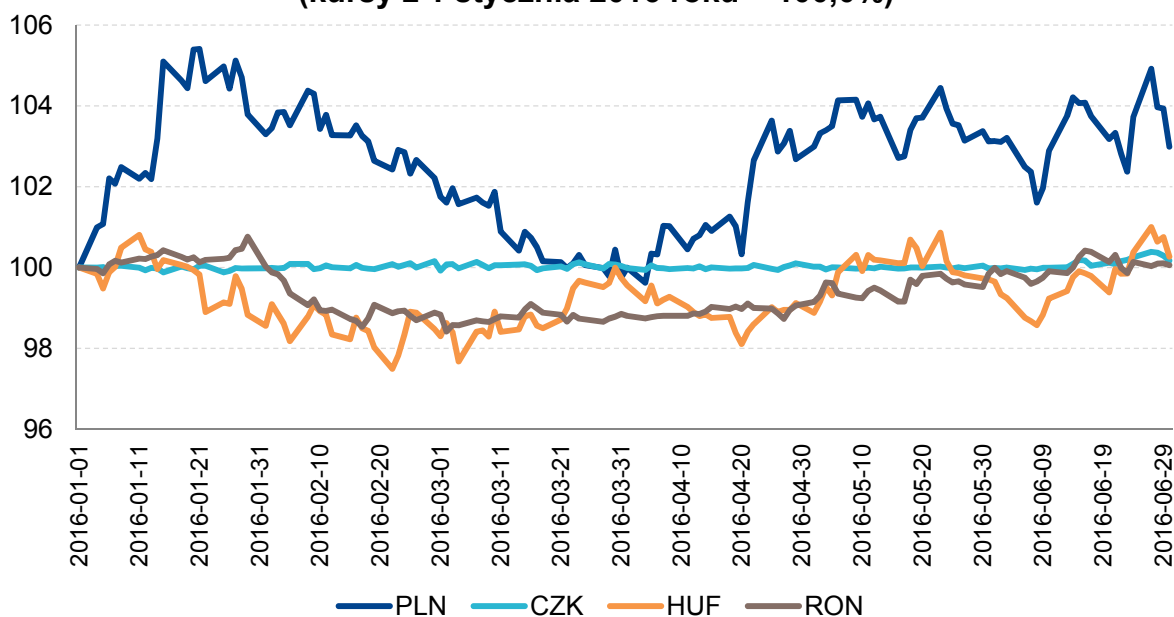
Deflacja w regionie

Deflacja w większości krajów regionu była wynikiem przede wszystkim spadku cen surowców energetycznych na rynkach światowych, które przełożyły się na spadki cen energii. W Polsce utrzymująca się już od dłuższego czasu deflacja (24 miesiąc, kiedy wskaźnik ten pozostawał ujemny) nie wywiera jak dotąd negatywnego wpływu na decyzje podmiotów gospodarczych. Oczekiwania inflacyjne pozostają na niskim poziomie. Największy spadek cen w regionie w ostatnich miesiącach był obserwowany w Bułgarii i Rumunii.

Duża zmienność polskiej waluty, stabilna sytuacja w regionie

Słaby początek roku, spowodowany m.in. sprawą kredytów w walutach obcych oraz rządowymi planami fiskalnymi, a co za tym idzie falą awersji do ryzyka, pchnęły kurs EUR/PLN powyżej 4,40 w lutym, co sprawiło, że złoty radził sobie słabiej niż inne waluty z naszego regionu. W marcu złoty umocnił się jednak do głównych walut i był najsilniejszy w tym roku do euro, dolara i funta. Dodatkowo, wspierany przez krajowe publikacje danych makro, które wskazywały na kontynuację wzrostu gospodarczego, kurs EUR/PLN spadł tymczasowo poniżej 4,23, najniższego poziomu od listopada 2015 roku. W drugim kwartale 2016 roku na skutek zawirowań politycznych oraz głosowania Brexit, złoty osłabił się względem głównych walut i na koniec czerwca notował poziomy w okolicach 4,40 EUR/PLN. Zmienność pozostałych walut w regionie w pierwszym półroczu była niewielka.

**Notowania walut względem EUR
(kursy z 1 stycznia 2016 roku = 100,0%)**



Źródło: Thomson Reuters

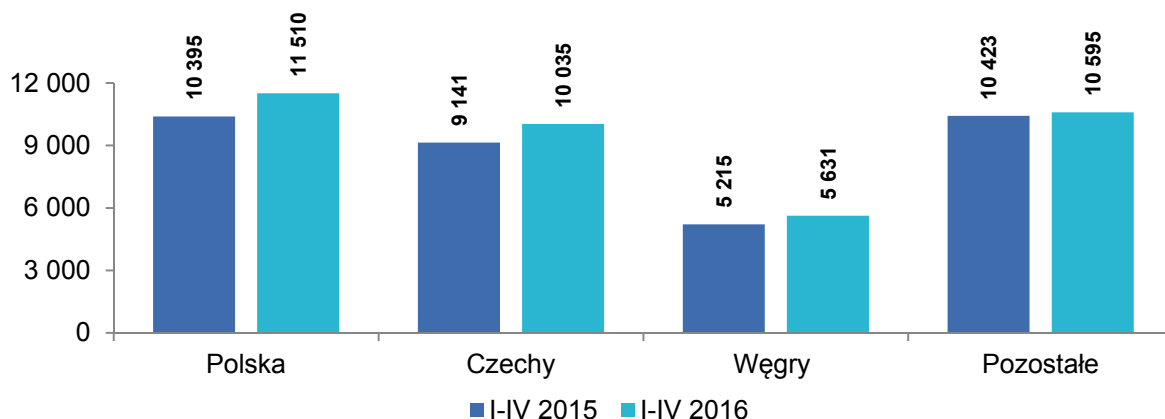
Prognozy wskazują na stabilizację tempa i struktury ożywienia gospodarczego

Wzrost konkurencyjności cenowej krajów Europy Środkowo-Wschodniej oraz oczekiwana dalsza stopniowa poprawa koniunktury w strefie euro powinny wpływać na utrzymywanie się relatywnie wysokiej dynamiki eksportu. Konsumpcja gospodarstw domowych w coraz większym stopniu będzie wspierana przez wzrost płac oraz rosnącą dostępność kredytów. Na rynku polskim dodatkowym impulsem dla spożycia może stać się program „500+” uruchomiony w kwietniu. Szacuje się, że program ten może zwiększyć popyt konsumpcyjny w 2016 roku o 8,5 mld zł, podnosząc wzrost konsumpcji do blisko 5% r/r (z ok. 3%).

Rynek hotelarski – pozytywne trendy

W ciągu pierwszych sześciu miesięcy 2016 roku wskaźniki operacyjne hoteli działających w głównych miastach Europy Środkowo-Wschodniej poprawiły się. Wzrósł zarówno poziom frekwencji, jak i średnia cena w większości stolic krajów, w których działa Grupa Orbis.

Liczba pokojonocy spędzonych w hotelach i podobnych obiektach w Europie Wschodniej (w tys.)



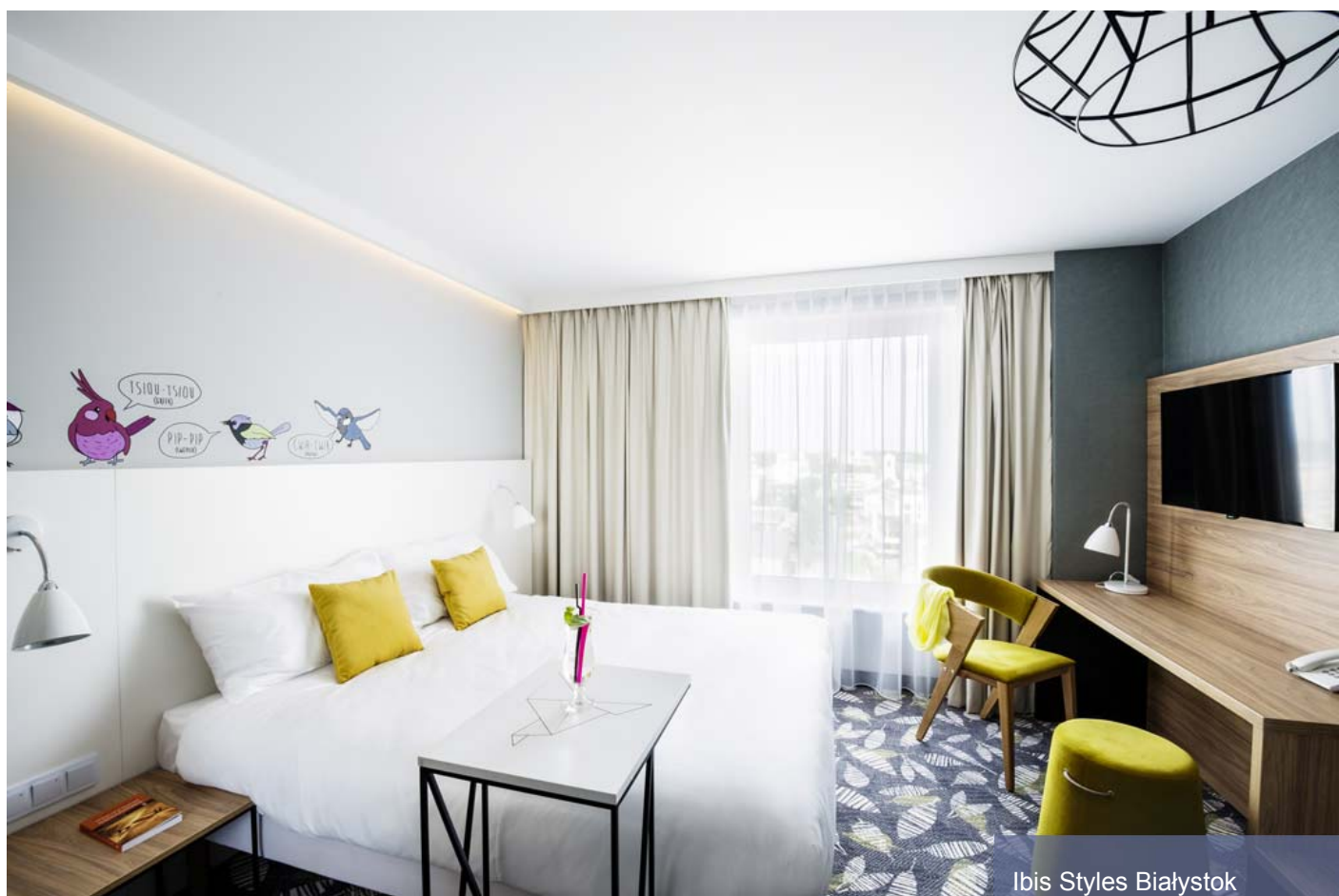
Źródło: Eurostat

Spośród miast, w których zlokalizowane są hotele Grupy Orbis, najwyższy przyrost frekwencji w porównaniu do roku poprzedniego zanotowano we Wrocławiu (+7,3 p.p.). Wynika to z rosnącej popularności tego miasta zarówno jako atrakcyjnej destynacji biznesowej, jak i turystycznej – Wrocław to Europejska Stolica Kultury 2016. Znaczący wzrost frekwencji odnotowano także na rynku Trójmiejskim (+6,2 p.p. w porównaniu do I półrocza 2015 roku). Na pozytywne wyniki trójmiejskich hoteli wpływ miało przede wszystkim postrzeganie aglomeracji jako atrakcyjnego miejsca turystycznego przez obcokrajowców, w szczególności przez mieszkańców Skandynawii ze względu na niższe ceny, jak i mieszkańców Obwodu Kaliningradzkiego. Ponadto Trójmiasto przeżywa od kilku lat ożywienie na rynku nieruchomości biurowych, jak również intensywny rozwój centrów z sektora usług dla biznesu. Znaczący przyrost obłożenia odnotowały także hotele zlokalizowane w Bukareszcie i Bratysławie (powyżej 4 p.p.) Nieznaczny spadek frekwencji miał miejsce w Budapeszcie (-0,8 p.p.). Najwyższy poziom obłożenia hoteli w I półroczu 2016 roku osiągnęły Warszawa, Kraków oraz Bukareszt (powyżej 70%).

W I półroczu 2016 roku wzrosły również średnie ceny w regionie. Najwyższy ich wzrost wystąpił we Wrocławiu (+11,5%) i Budapeszcie (+8,5%) w stosunku do analogicznego okresu 2015 roku.

Dane za okres pierwszych sześciu miesięcy 2016 roku wskazują na utrzymywanie się znacznych różnic w poziomie przychodu przypadającego na 1 dostępny pokój (RevPAR) na rynku hotelowym Europy Środkowo-Wschodniej. Największy przyrost wskaźnika RevPAR na poziomie 24,5% zanotowano we Wrocławiu (efekt stosunkowo wysokiej średniej ceny i frekwencji). Wśród miast Europy Wschodniej, w których działa Grupa, wysoki wskaźnik przychodu na 1 dostępny pokój odnotowały hotele w Bukareszcie, Sofii i Wilnie.

CHARAKTERYSTYKA GRUPY ORBIS

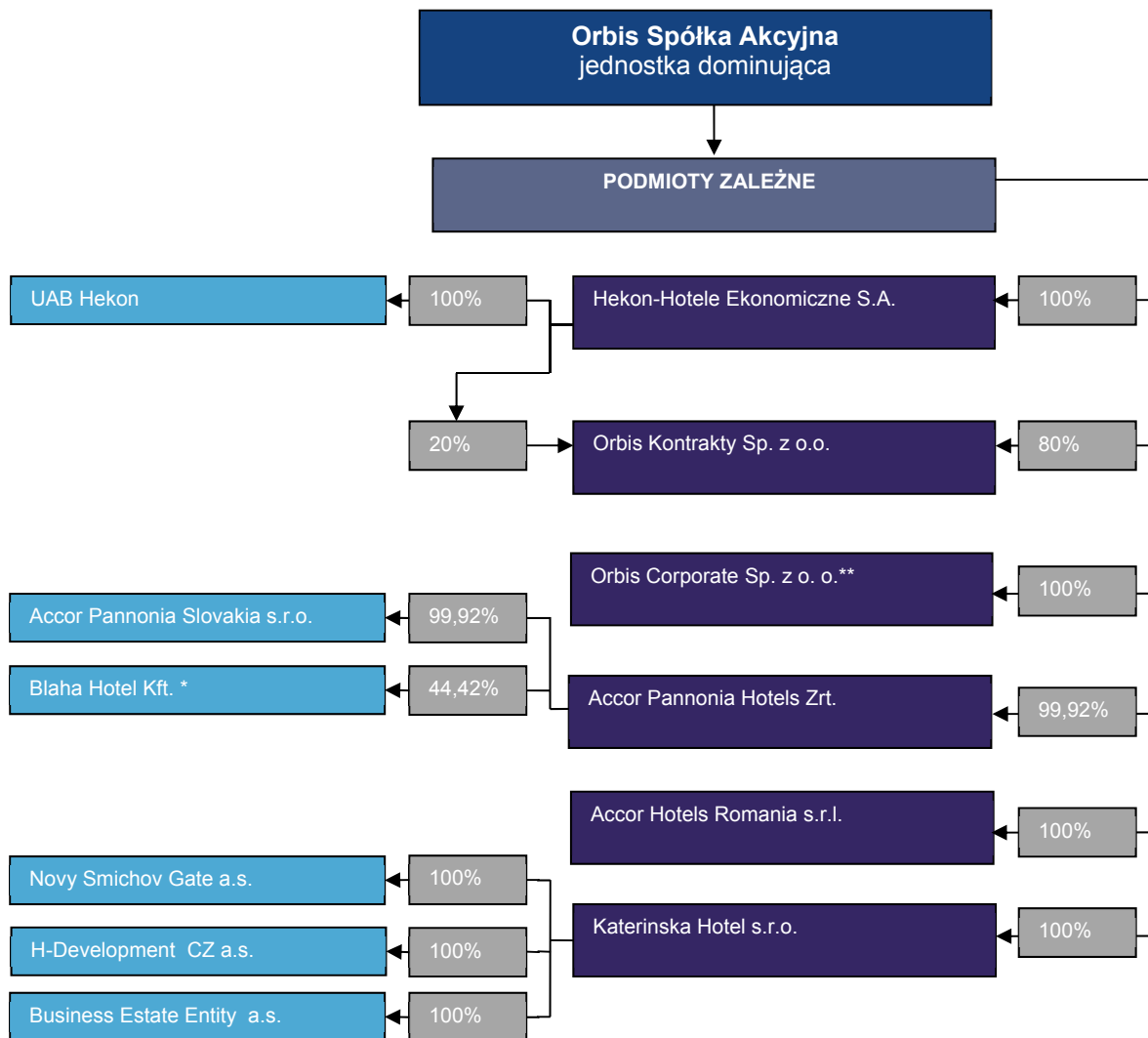


Ibis Styles Białystok

4 CHARAKTERYSTYKA GRUPY ORBIS

4.1 Struktura Grupy Kapitałowej Orbis

30 czerwca 2016 roku struktura Grupy Kapitałowej Orbis przedstawiała się następująco:



* Jednostka stowarzyszona ujmowana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym metodą praw własności

** Spółka wyłączona z konsolidacji, nie prowadzi działalności gospodarczej

4.2 Spółki należące do Grupy Orbis

Działalność w Polsce

W Polsce działalność hotelową prowadzą dwie spółki z Grupy Orbis, tj.:

- Orbis S.A.
- Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A.

W dniu 7 kwietnia 2016 roku podjęta została decyzja o zamiarze połączenia spółki Orbis S.A. ("Spółka Przejmująca") ze spółką zależną – Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. ("Spółka Przejmowana") mająca na celu uproszczenie struktury organizacyjnej Grupy Kapitałowej Orbis. Połączenie pozwoli zoptymalizować i scentralizować zadania oraz funkcje, dzięki czemu usprawniony zostanie proces zarządzania Grupą.

Działalność obu łączących się spółek będzie kontynuowana w dotychczasowym zakresie. Połączenie odbędzie się zgodnie z art. 492 § 1 pkt 1) Kodeksu spółek handlowych poprzez przeniesienie całego majątku spółki Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. do spółki Orbis S.A. Więcej informacji na temat połączenia zawiera raport bieżący nr 14/2016, 16/2016, 17/2016, 21/2016 oraz 23/2016.

Dodatkowo na rynku polskim działa spółka Orbis Kontrakty Sp. z o.o., której przedmiotem działalności jest organizacja zakupów na rzecz hoteli Grupy.

Według stanu na 30 czerwca 2016 roku, Grupa posiadała na polskim rynku 68 obiektów hotelowych z 11 710 pokojami. Najwięcej z nich działało w następujących miastach:

- Warszawa – 12,
- Wrocław – 8,
- Kraków – 6.

Działalność na Węgrzech

Na Węgrzech działa dwóch operatorów hotelowych z Grupy Orbis:

- Accor Pannonia Hotels Zrt.
- Blaha Hotel Szállodaüzemeltető Kft.

Na dzień 30 czerwca 2016 roku spółki te prowadziły 17 hoteli z 3 270 pokojami. 14 z nich zlokalizowanych jest w Budapeszcie.

Działalność w Czechach

Grupa Orbis posiada w Czechach cztery spółki zależne:

- Katerinska Hotels s.r.o.
- Nový Smíchov Gate a.s.
- H-DEVELOPMENT CZ a.s.
- Business Estate Entity a.s.

Pierwsza z ww. spółek jest operatorem hotelowym, trzy pozostałe zajmują się wynajmem i obsługą nieruchomości.

Na dzień 30 czerwca 2016 roku Grupa posiadała na rynku czeskim 8 hoteli z 1 355 pokojami. Pięć z nich funkcjonuje w Pradze.

Działalność w pozostałych krajach

W pozostałych krajach działalnością hotelową zajmują się następujące spółki zależne:

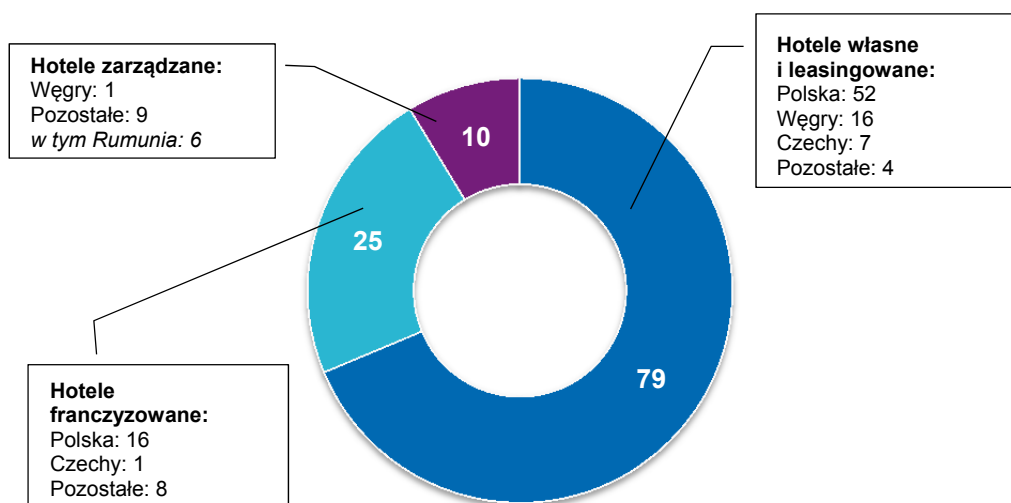
- Accor Hotels Romania s.r.l. z siedzibą w Bukareszcie,
- Accor Pannonia Slovakia s.r.o. z siedzibą w Bratysławie,
- UAB Hekon z siedzibą w Wilnie.

Na dzień 30 czerwca 2016 roku, w pozostałych krajach regionu sieć hoteli Orbis przedstawiała się następująco:

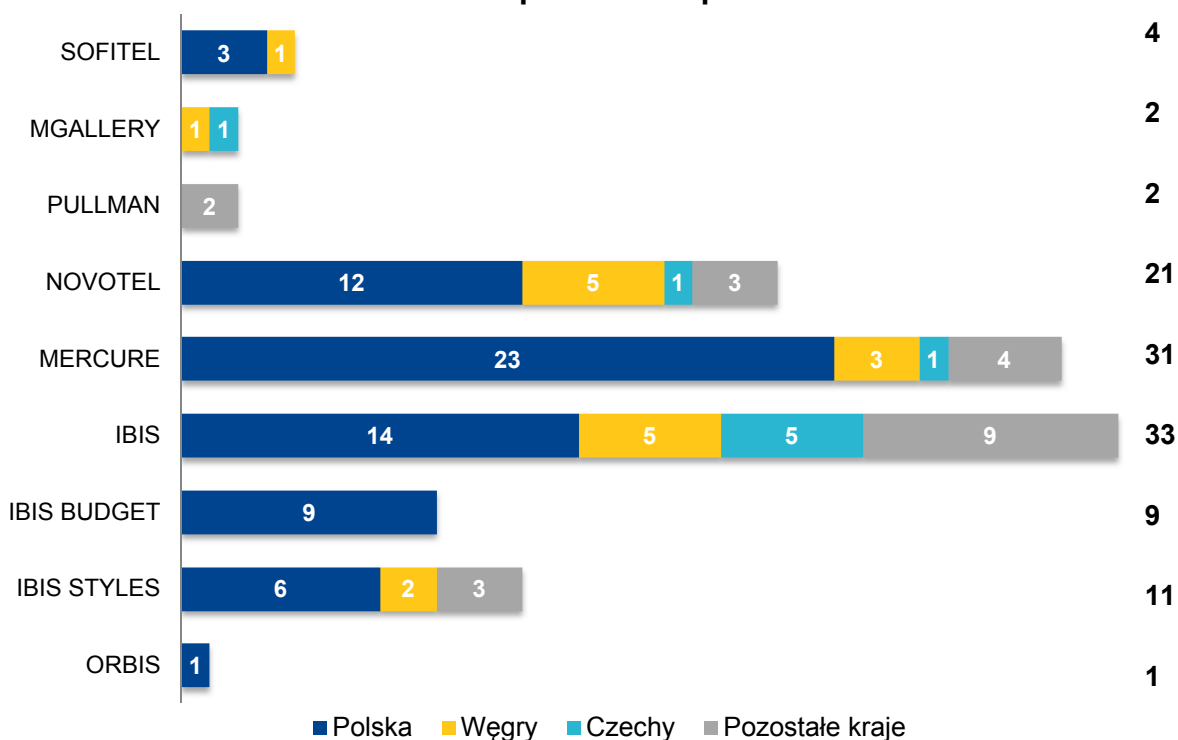
- Rumunia: siedem hoteli, które miały w sumie 1 335 pokoi. Pięć z nich działało w Bukareszcie, w tym hotel marki Pullman.
- Litwa: pięć hoteli, w tym dwa w Wilnie. Łącznie posiadały 567 pokoi.
- Łotwa: cztery hotele w Rydze, które miały w sumie 499 pokoi.
- Bułgaria: dwa hotele w Sofii z 262 pokojami.
- Słowacja: dwa hotele zlokalizowane w Bratysławie, dysponujące w sumie 295 pokojami.
- Macedonia: jeden hotel w Skopje z 110 pokojami.

Wskaźniki operacyjne hoteli w podziale na segmenty geograficzne zostały przedstawione na stronach 20 - 25. Główne czynniki wpływające na wyniki osiągnięte w poszczególnych krajach zostały opisane w punkcie 6.2 Sprawozdania.

Liczba hoteli w Grupie Orbis wg formy zarządzania



Liczba hoteli w Grupie Orbis w podziale na marki



4.3 Kierunki rozwoju Grupy Orbis

Zróżnicowany portfel marek, począwszy od ekonomicznych po luksusowe, pozwala nam rozwijać się na atrakcyjnym rynku Europy Wschodniej. Dynamiczny rozwój Grupy Orbis wynika bezpośrednio z realizacji kluczowych założeń jej strategii. Opiera się ona na trzech filarach:

- Koncentrujemy się na poprawie wyników operacyjnych:
 - ▶ Rosnący RevPAR
 - ▶ Maksymalizacja marży EBITDAR
- Alokujemy kapitał do najbardziej obiecujących rynków i marek.
- Odpowiadamy na potrzeby gości i budujemy nasz sukces na utalentowanych pracownikach. Wyznaczamy trendy w działaniach CSR w segmencie hotelarskim.

Dopiero pełna realizacja każdego z wyżej wymienionych działań, w połączeniu z dynamiczną ekspansją w regionie, kształtuje zdolność Grupy do generowania coraz większej wartości dla Akcjonariuszy.

Akwizycja hoteli w Europie Wschodniej: nowa era w rozwoju Grupy

Rok 2015 był przełomowy w historii Grupy. Orbis podpisał ze swoim partnerem strategicznym AccorHotels i podmiotami z jego grupy kapitałowej umowy dotyczące zakupu sieci 38 działających operacyjnie hoteli w Europie Wschodniej oraz zawarł Generalną Umowę Licencyjną, która daje Grupie Orbis do 2035 roku prawo do prowadzenia działalności hotelowej pod markami należącymi do AccorHotels w 16 krajach: Bośni i Hercegowinie, Bułgarii, Chorwacji, Czarnogórze, Czechach, Estonii, Litwie, Łotwie, Macedonii, Mołdawi, Polsce, Rumunii, Serbii, Słowacji, Słowenii i Węgrzech. Przez minimum 10 lat prawo to będzie przysługiwało Orbisowi na wyłączność.

Transakcja doskonale wpisала się w strategię Grupy, przyczyniając się do znacznego zintensyfikowania rozwoju w regionie. Orbis w istotny sposób zwiększył skalę prowadzonej działalności: z niespełna 70 hoteli na koniec roku 2014, zlokalizowanych głównie w Polsce oraz częściowo w krajach bałtyckich, do ponad 100 hoteli w regionie Europy Wschodniej po akwizycji.

Wejście na nowe rynki stwarza dużą szansę na bardziej dynamiczny wzrost w przyszłości i jest strategicznym krokiem w kierunku dalszego rozwoju. Dzięki transakcji Orbis będzie mógł rozwijać działalność w 16 krajach, wzmacniając pozycję największej sieci hotelowej w Europie Wschodniej.

Kierunek: optymalizacja zaangażowanego kapitału

Zgodnie z przyjętą strategią, ekspansja Grupy Orbis odbywa się zarówno poprzez zawieranie umów franczyzowych i o zarządzanie, jak również poprzez realizację własnych projektów rozwojowych w centrach biznesowych oraz stolicach państw Europy Wschodniej. Aktualnie sieć Orbis obejmuje ponad 100 hoteli działających w 9 państwach Europy Wschodniej. Jako wyłączny licencjonodawca wszystkich marek AccorHotels w 16 krajach regionu, Orbis ma duży potencjał dalszej ekspansji, włączając rynki 7 krajów, na których marki AccorHotels nie są jeszcze obecne.

Zgodnie z planami rozwoju Orbis monitoruje potencjalne przedsięwzięcia pod kątem maksymalizacji zwrotu z inwestycji, skupiając się na kluczowych lokalizacjach geograficznych, głównie w centrach miast. Grupa analizuje również umowy dzierżawy hoteli, rozważając ewentualne transakcje ich wykupu (buy-back). Równocześnie rozpatrywane są transakcje sprzedaży najmniej istotnych dla Grupy aktywów z myślą o przyspieszeniu rozwoju w oparciu o wysoko rentowne inwestycje we własne hotele.

Ekspansja sieci hotelowej poprzez realizację własnych projektów oraz optymalizacja struktury aktywów, również pod kątem formy własności, stwarza konieczność zabezpieczenia odpowiednich źródeł finansowania. Grupa Orbis dokłada wszelkich starań by utrzymywać dług na bezpiecznym poziomie.

Kierunek: doskonałość operacyjna

Podstawą sukcesu Grupy Orbis jest dążenie do doskonałości operacyjnej, poprzez zastosowanie modelu zarządzania przedsiębiorstwem w oparciu o innowacyjne, skuteczne i praktyczne rozwiązania. Dzięki umiejętności i zrozumieniu oczekiwań klientów w zakresie świadczonych przez nasze hotele usług, Orbis kieruje wysiłki ku doskonaleniu istotnych obszarów działalności, stawiając w centrum uwagi potrzeby gości.

Dążąc do operacyjnej doskonałości Grupa Orbis nie tylko modernizuje posiadane hotele, ale jednocześnie wdraża nowoczesne rozwiązania we wszystkich obszarach aktywności. Działając na wielu rynkach Grupa Orbis osiąga synergie w zakresie:

- Wdrażania nowoczesnych technologii i rozwiązań, takich jak: e-check-in i e-check-out, wirtualny concierge oraz możliwość elektronicznego zameldowania i wymeldowania (projekt Welcome),
- Promowania programów lojalnościowych, takich jak Le Club AccorHotels liczącego już ponad 780 000 uczestników w regionie Europy Wschodniej (program w 100 proc. internetowy, gdzie wszystkie korzyści dostępne są on-line; każdy uczestnik może zarządzać swoimi preferencjami, sprawdzać rezerwacje, wybierać nagrody i korzystać ze spersonalizowanych ofert w preferencyjnych cenach),
- Wprowadzania najlepszych praktyk i rozwiązań w zakresie Revenue Management, wspólnego systemu zarządzania zamówieniami, systemu raportowania i systemu kontroli wewnętrznej,
- Promowania najnowszych konceptów w zakresie oferty gastronomicznej (Orbis jest innowatorem w zakresie sieci restauracji Winestone czy NOVO², konceptów opartych o dynamicznie zmieniające się trendy w wystroju wnętrz i menu).

Kierunek: lider w zakresie CSR w regionie

Jako lider branży hotelowej w Europie Wschodniej, Orbis aspiruje do miana firmy wyznaczającej trendy w zakresie zrównoważonego rozwoju i etyki na rynku hotelowym w tym regionie.

Zarządzanie różnorodnością pracowników pełniących na co dzień rolę Ambasadorów Grupy Orbis, optymalizacja zużycia energii i wody, ekologiczne inwestycje, podejmowanie ważnych inicjatyw społecznych w Polsce, takich jak ochrona dzieci przed wykorzystywaniem oraz skuteczna długoterminowa pomoc dla młodych ludzi zagrożonych wykluczeniem, to zaledwie kilka przykładów dowodzących, że pojęcia „zrównoważony rozwój” i „etyka” to nie deklaracje Orbisu bez pokrycia.

Program „Planet 21” jest kluczowym programem wprowadzonym w hotelach Grupy Orbis, natomiast „Karta Etyki i CSR” zawiera wytyczne i zasady dotyczące kształtowania pożądanych postaw, wynikających z etycznych wartości obowiązujących w Grupie. Dokument ten ma na celu układanie zasad współpracy zarówno wewnątrz Grupy, jak również w relacjach z jej kluczowymi interesariuszami.

Obecnie zrównoważony rozwój i przestrzeganie zasad etyki w prowadzonej działalności przesądzą o rozwoju firm, a perspektywa pozafinansowa zyskuje coraz bardziej na znaczeniu. Interesariusze Orbisu - począwszy od pracowników poprzez akcjonariuszy, a skończywszy na kontrahentach, analitykach i klientach, oczekują przejrzystości i wiarygodności, którą Orbis pragnie zapewnić.

DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA

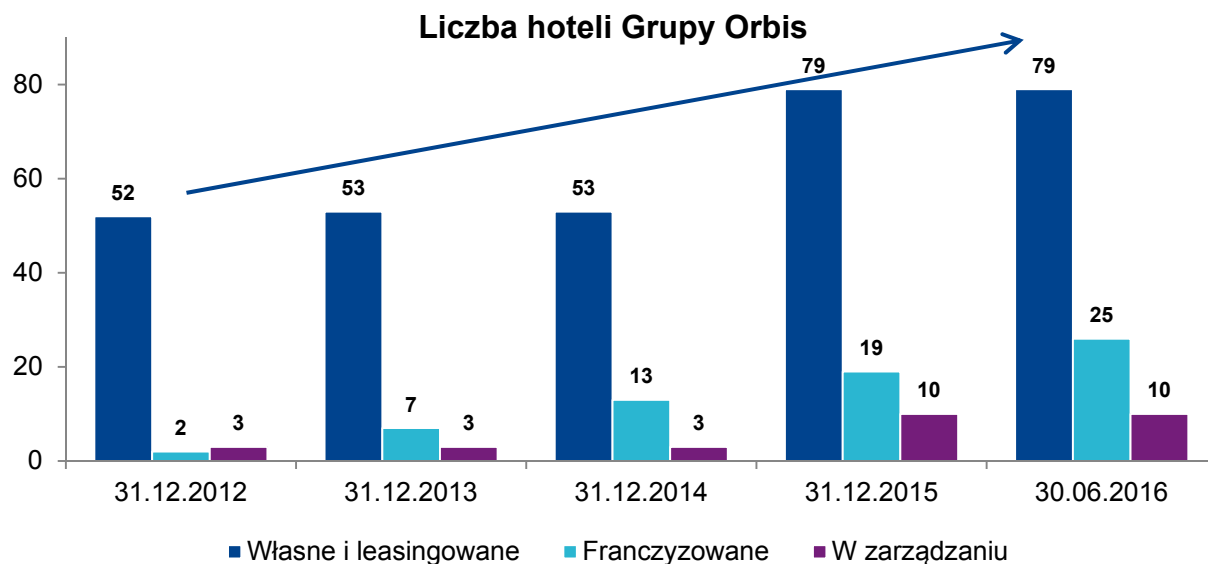


Novotel Katowice Centrum

5 DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA

5.1 Baza hotelowa Grupy Orbis

Grupa Orbis jest największym operatorem hotelowym w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej. Na koniec czerwca 2016 roku sieć Grupy składała się w sumie z 114 hoteli, dysponujących 19,4 tys. pokoi. Większość z nich (68 obiektów) funkcjonuje w Polsce.



Baza hotelowa	30.06.2016	31.12.2015	30.06.2015	30.06.2016/ 31.12.2015	30.06.2016/ 30.06.2015
Liczba hoteli, w tym:	114	108	106	5,6%	7,5%
Hotele własne i leasingowane	79	79	81	0,0%	-2,5%
Hotele w zarządzaniu	10	10	10	0,0%	0,0%
Hotele franczyzowane	25	19	15	31,6%	66,7%
Liczba pokoi, w tym:	19 403	18 824	18 587	3,1%	4,4%
Hotele własne i leasingowane	15 092	15 298	15 462	-1,3%	-2,4%
Hotele w zarządzaniu	1 571	1 570	1 570	0,1%	0,1%
Hotele franczyzowane	2 740	1 956	1 555	40,1%	76,2%

5.2 Wskaźniki operacyjne

5.2.1 Hotele własne¹

W I półroczu 2016 roku przychód przypadający na 1 dostępny pokój w hotelach własnych wyniósł 156,1 zł, czyli był o 10,2% wyższy w porównaniu do danych „like-for-like” za I półrocze 2015 roku. Średni przychód na 1 dostępny pokój wahał się od 115,3 zł w hotelach ekonomicznych do 178,5 zł w hotelach Up&Midscale w okresie 6 miesięcy 2016 roku oraz odpowiednio od 108,9 zł do 159,6 zł w porównywalnym okresie ubiegłego roku (dane „like-for-like”). Wzrost wskaźnika RevPAR jest w szczególności efektem wyższej średniej ceny za pokój, a w przypadku hoteli Up&Midscale – również wyższej frekwencji w porównaniu z I półroczem 2015 roku.

Różnice w przychodach „like-for-like” hoteli własnych na 1 dostępny pokój występowały także w przekroju geograficznym. W I półroczu 2016 roku w hotelach działających w pozostałych krajach (Litwie, Rumunii i Słowacji) przychody były najwyższe i wynosiły 210,4 zł. Przychód na 1 dostępny pokój w Czechach wyniósł 169,0 zł i był o 9,2% wyższy niż w analogicznym okresie poprzedniego roku. Na Węgrzech również odnotowano wyższą dynamikę wskaźnika RevPAR. Przychód na 1 dostępny pokój wzrósł o 11,0% z 145,3 zł w I półroczu 2015 roku do 161,3 zł w I półroczu bieżącego roku. Hotele Grupy Orbis zlokalizowane w Polsce osiągnęły przychód na 1 dostępny pokój na poziomie 148,9 zł, co oznacza wzrost o 9,6% w porównaniu do danych „like-for-like” za I półrocze 2015 roku.

Pozytywny wpływ na poziom prezentowanych wskaźników RevPAR hoteli zlokalizowanych za granicą miał również wzrost średnich kursów wymiany walut obcych w I półroczu 2016 roku w porównaniu do I półrocza 2015 roku (patrz punkt 1 Skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za I półrocze 2016 roku).

Wskaźniki operacyjne hoteli własnych w podziale na główne kategorie	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Grupa Orbis						
Frekwencja w %	67,6	65,5	2,1 p.p.	67,6	65,7	1,9 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	230,8	215,0	7,3%	230,8	215,9	6,9%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	156,1	140,7	10,9%	156,1	141,7	10,2%
Hotele Ekonomiczne						
Frekwencja w %	69,0	69,8	-0,8 p.p.	69,8	69,8	0,0 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	164,4	156,0	5,4%	165,2	156,0	5,9%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	113,4	108,9	4,1%	115,3	108,9	5,9%
Hotele Up&Midscale (3 gwiazdki i więcej)						
Frekwencja w %	66,9	63,6	3,3 p.p.	67,4	64,4	3,0 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	264,1	242,7	8,8%	264,9	247,9	6,9%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	176,8	154,4	14,5%	178,5	159,6	11,8%

¹ Obejmują wyniki hoteli własnych i leasingowanych spółek: Orbis S.A., Hekon – Hotele Ekonomiczne S.A., UAB Hekon, Katerinska Hotel s.r.o., Accor Pannonia Hotels Zrt., Accor Pannonia Slovakia, Accor Hotels Romania S.R.L.

Grupa Kapitałowa Orbis
Sprawozdanie Zarządu z działalności w I półroczu 2016 roku

Wskaźniki operacyjne hoteli własnych w podziale na główne kategorie	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Grupa Orbis						
Frekwencja w %	79,5	77,3	2,2 p.p.	79,5	77,6	1,9 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	249,4	227,1	9,8%	249,4	228,7	9,1%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	198,3	175,5	13,0%	198,3	177,4	11,8%
Hotele Ekonomiczne						
Frekwencja w %	80,2	81,2	-1,0 p.p.	81,8	81,2	0,6 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	179,2	169,8	5,5%	180,5	169,8	6,3%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	143,8	138,0	4,2%	147,6	138,0	7,0%
Hotele Up&Midscale (3 gwiazdki i więcej)						
Frekwencja w %	79,2	75,6	3,6 p.p.	79,2	76,3	2,9 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	286,2	253,5	12,9%	286,2	260,5	9,9%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	226,6	191,7	18,2%	226,6	198,9	13,9%

Wskaźniki operacyjne hoteli własnych w podziale na segmenty geograficzne	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Polska						
Frekwencja w %	67,4	64,6	2,8 p.p.	67,4	64,9	2,5 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	220,8	208,2	6,1%	220,8	209,5	5,4%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	148,9	134,4	10,8%	148,9	135,9	9,6%
Węgry						
Frekwencja w %	64,9	64,4	0,5 p.p.	64,9	64,4	0,5 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	248,5	225,7	10,1%	248,5	225,7	10,1%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	161,3	145,3	11,0%	161,3	145,3	11,0%
Czechy						
Frekwencja w %	68,9	69,3	-0,4 p.p.	68,9	69,3	-0,4 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	245,4	223,3	9,9%	245,4	223,3	9,9%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	169,0	154,7	9,2%	169,0	154,7	9,2%
Pozostałe kraje						
Frekwencja w %	79,8	76,0	3,8 p.p.	79,8	76,0	3,8 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	263,5	244,4	7,8%	263,5	244,4	7,8%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	210,4	185,7	13,3%	210,4	185,7	13,3%

Wskaźniki operacyjne hoteli własnych w podziale na segmenty geograficzne	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Polska						
Frekwencja w %	78,3	74,3	4,0 p.p.	78,3	74,6	3,7 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	236,8	219,2	8,0%	236,8	221,4	7,0%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	185,5	162,9	13,9%	185,5	165,1	12,4%
Węgry						
Frekwencja w %	80,9	82,1	-1,2 p.p.	80,9	82,1	-1,2 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	267,8	232,3	15,3%	267,8	232,3	15,3%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	216,8	190,8	13,6%	216,8	190,8	13,6%
Czechy						
Frekwencja w %	80,2	84,4	-4,2 p.p.	80,2	84,4	-4,2 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	281,6	258,7	8,9%	281,6	258,7	8,9%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	226,0	218,3	3,5%	226,0	218,3	3,5%
Pozostałe kraje						
Frekwencja w %	88,5	86,6	1,9 p.p.	88,5	86,6	1,9 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	276,9	248,0	11,7%	276,9	248,0	11,7%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	245,2	214,7	14,2%	245,2	214,7	14,2%

Na zanotowany w I półroczu 2016 roku wzrost przychodów w przeliczeniu na 1 dostępny pokój złożyły się następujące czynniki:

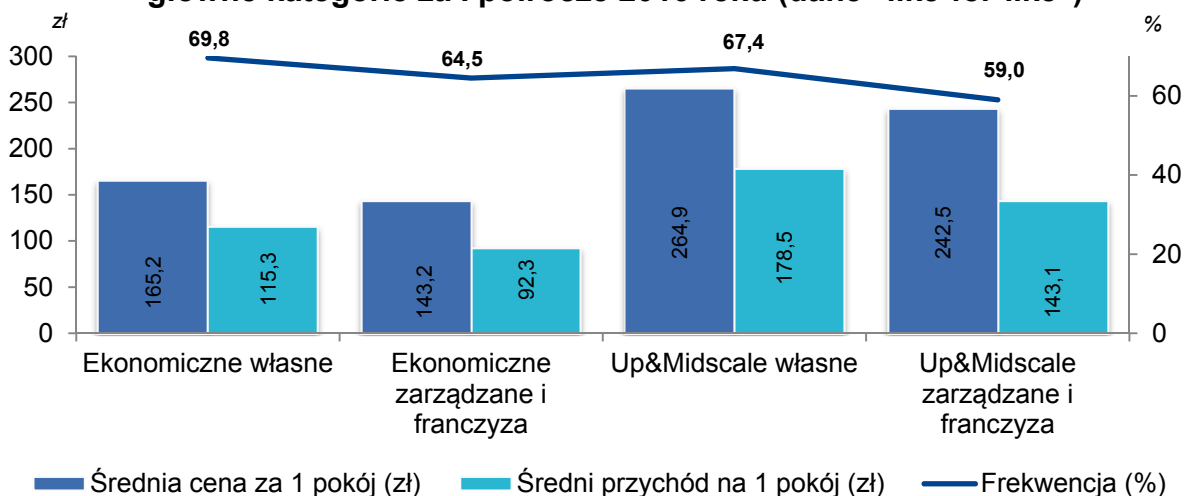
- **Wzrost frekwencji.**

W hotelach własnych Grupy Orbis frekwencja w I półroczu 2016 roku wyniosła 67,6%, tj. wzrosła o 1,9 p.p. w porównaniu z analogicznym okresem 2015 roku (dane „like-for-like”). W podziale na segmenty geograficzne, najwyższy stopień wykorzystania pokoi osiągnęły hotele działające na Litwie, w Rumunii i Słowacji (79,8%). W grupie Pozostałych krajów zanotowano również najwyższy wzrost wskaźnika obłożenia – na poziomie 3,8 p.p. W I półroczu 2016 roku wykorzystanie pokoi hotelowych Grupy w Polsce wynosiło 67,4%, czyli wzrosło o 2,5 p.p. w stosunku do danych za I półrocze 2015 roku. Minimalnie niższy wskaźnik obłożenia osiągnęły natomiast hotele zlokalizowane na Węgrzech (64,9%). Z kolei hotele działające w Czechach zanotowały w I półroczu 2016 roku frekwencję na poziomie 68,9%, co oznacza nieznaczny spadek wskaźnika obłożenia (-0,4 p.p.) w porównaniu do I półrocza 2015 roku. W podziale na segmenty biznesowe, nieznacznie wyższym wskaźnikiem obłożenia pokoi charakteryzowały się hotele ekonomiczne (na poziomie 69,8%) w porównaniu z hotelami z trzema i więcej gwiazdkami (67,4%). W hotelach Up&Midscale odnotowano wzrost średniego poziomu obłożenia w okresie pierwszych sześciu miesięcy o 3,0 p.p., natomiast w hotelach klasy ekonomicznej poziom obłożenia pozostał na poziomie z I półrocza 2015 roku.

- **Wzrost średniej ceny za pokój.**

W I półroczu 2016 roku wyniosła ona 230,8 zł, czyli wzrosła o 6,9% w porównaniu z danymi „like-for-like” z I półrocza 2015 roku. Klienci hoteli zlokalizowanych w Polsce zapłacili średnio 220,8 zł za pokój, tj. średnio 5,4% więcej w porównaniu z I półroczem ubiegłego roku. Średnia cena za pokój w obiektach funkcjonujących w pozostałych krajach wyniosła 263,5 zł, co oznacza wzrost o 7,8%. Hotele funkcjonujące na Węgrzech oraz w Czechach osiągnęły natomiast dynamikę wzrostu wskaźnika ARR na poziomie odpowiednio 10,1% oraz 9,9%. Klienci hoteli na Węgrzech zapłacili średnio 248,5 zł za dobę, natomiast w Czechach 245,4 zł. W I półroczu 2016 roku zanotowano wzrost średniej ceny za pokój w wyodrębnionych segmentach biznesowych. W grupie hoteli ekonomicznych średnia cena za pokój wyniosła 165,2 zł, co daje 5,9% wzrost w porównaniu z I półroczem 2015 roku. Z kolei średnia cena w hotelach Up&Midscale ukształtowała się na poziomie 264,9 zł (wzrost o 6,9% w relacji do I półrocza 2015 roku).

Wskaźniki operacyjne hoteli Grupy Orbis w podziale na główne kategorie za I półrocze 2016 roku (dane "like-for-like")



5.2.2 Hotele zarządzane i franczyzowane

Na koniec czerwca 2016 roku w ramach sieci Grupy Orbis operowało 35 hoteli działających na podstawie umów franczyzowych lub o zarządzanie. Na koniec czerwca ubiegłego roku w portfolio Grupy znajdowało się łącznie 25 hoteli zarządzanych lub franczyzowanych.

W I półroczu 2016 roku przychód przypadający na 1 dostępny pokój w hotelach zarządzanych lub franczyzowanych wyniósł 117,5 zł, czyli był o 17,4% wyższy w porównaniu do danych „like-for-like” za I półrocze 2015 roku. Średni przychód na 1 dostępny pokój wahał się od 92,3 zł w hotelach ekonomicznych do 143,1 zł w hotelach Up&Midscale.

Występowały znaczne różnice w średnich przychodach hoteli zarządzanych lub franczyzowanych przypadających na 1 dostępny pokój w ujęciu geograficznym. W hotelach działających na Węgrzech przychody były najwyższe i wynosiły 198,7 zł (dane „like-for-like”). Najniższy poziom wskaźnika RevPAR zanotowano natomiast w hotelach operujących w Czechach (75,7 zł). Hotele zlokalizowane w pozostałych krajach wygenerowały nieco lepsze wyniki w porównaniu ze średnią dla całej Grupy (129,7 zł). Natomiast polskie hotele Grupy Orbis osiągnęły przychód na 1 dostępny pokój na poziomie 95,3 zł, tj. o 12,2% wyższy niż w analogicznym okresie poprzedniego roku.

Wskaźniki operacyjne hoteli zarządzanych i franczyzowanych w podziale na główne kategorie	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Grupa Orbis						
Frekwencja w %	59,0	54,7	4,3 p.p.	61,7	54,8	6,9 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	184,6	182,6	1,1%	190,3	182,7	4,2%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	108,9	100,0	8,9%	117,5	100,1	17,4%
Hotele Ekonomiczne						
Frekwencja w %	60,1	56,0	4,1 p.p.	64,5	56,0	8,5 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	142,3	137,1	3,8%	143,2	137,1	4,4%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	85,6	76,7	11,6%	92,3	76,7	20,3%
Hotele Up&Midscale (3 gwiazdki i więcej)						
Frekwencja w %	57,8	53,5	4,3 p.p.	59,0	53,7	5,3 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	230,3	230,5	-0,1%	242,5	231,0	5,0%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	133,2	123,3	8,0%	143,1	124,0	15,4%

Grupa Kapitałowa Orbis
Sprawozdanie Zarządu z działalności w I półroczu 2016 roku

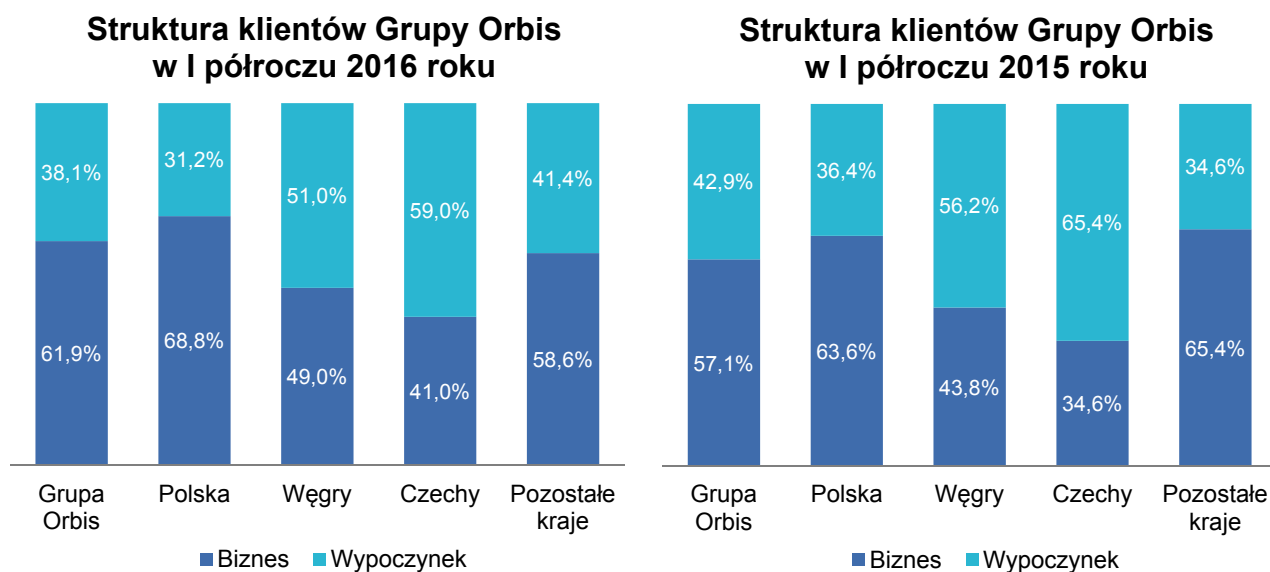
Wskaźniki operacyjne hoteli zarządzanych i franczyzowanych w podziale na główne kategorie	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Grupa Orbis						
Frekwencja w %	64,6	60,4	4,2 p.p.	67,2	60,4	6,8 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	185,4	183,0	1,3%	193,0	183,0	5,5%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	119,7	110,5	8,3%	129,7	110,5	17,4%
Hotele Ekonomiczne						
Frekwencja w %	68,0	64,9	3,1 p.p.	73,1	64,9	8,2 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	149,1	143,7	3,8%	151,6	143,7	5,5%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	101,4	93,4	8,6%	110,8	93,4	18,6%
Hotele Up&Midscale (3 gwiazdki i więcej)						
Frekwencja w %	61,0	55,6	5,4 p.p.	61,1	55,6	5,5 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	227,2	230,7	-1,5%	244,0	230,8	5,7%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	138,6	128,3	8,0%	149,1	128,3	16,2%

Wskaźniki operacyjne hoteli zarządzanych i franczyzowanych w podziale na segmenty geograficzne	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Polska						
Frekwencja w %	47,5	43,5	4,0 p.p.	47,1	43,5	3,6 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	191,1	195,3	-2,2%	202,2	195,3	3,5%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	90,7	84,9	6,8%	95,3	84,9	12,2%
Węgry						
Frekwencja w %	70,4	64,3	6,1 p.p.	70,4	69,4	1,0 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	282,3	239,2	18,0%	282,3	248,4	13,6%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	198,7	153,7	29,3%	198,7	172,5	15,2%
Czechy						
Frekwencja w %	50,9	50,9	0,0 p.p.	50,9	50,9	0,0 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	148,7	147,0	1,2%	148,7	147,0	1,2%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	75,7	74,9	1,1%	75,7	74,9	1,1%
Pozostałe kraje						
Frekwencja w %	67,1	61,4	5,7 p.p.	70,9	61,4	9,5 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	178,6	175,4	1,8%	182,8	175,4	4,2%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	119,8	107,6	11,3%	129,7	107,6	20,5%

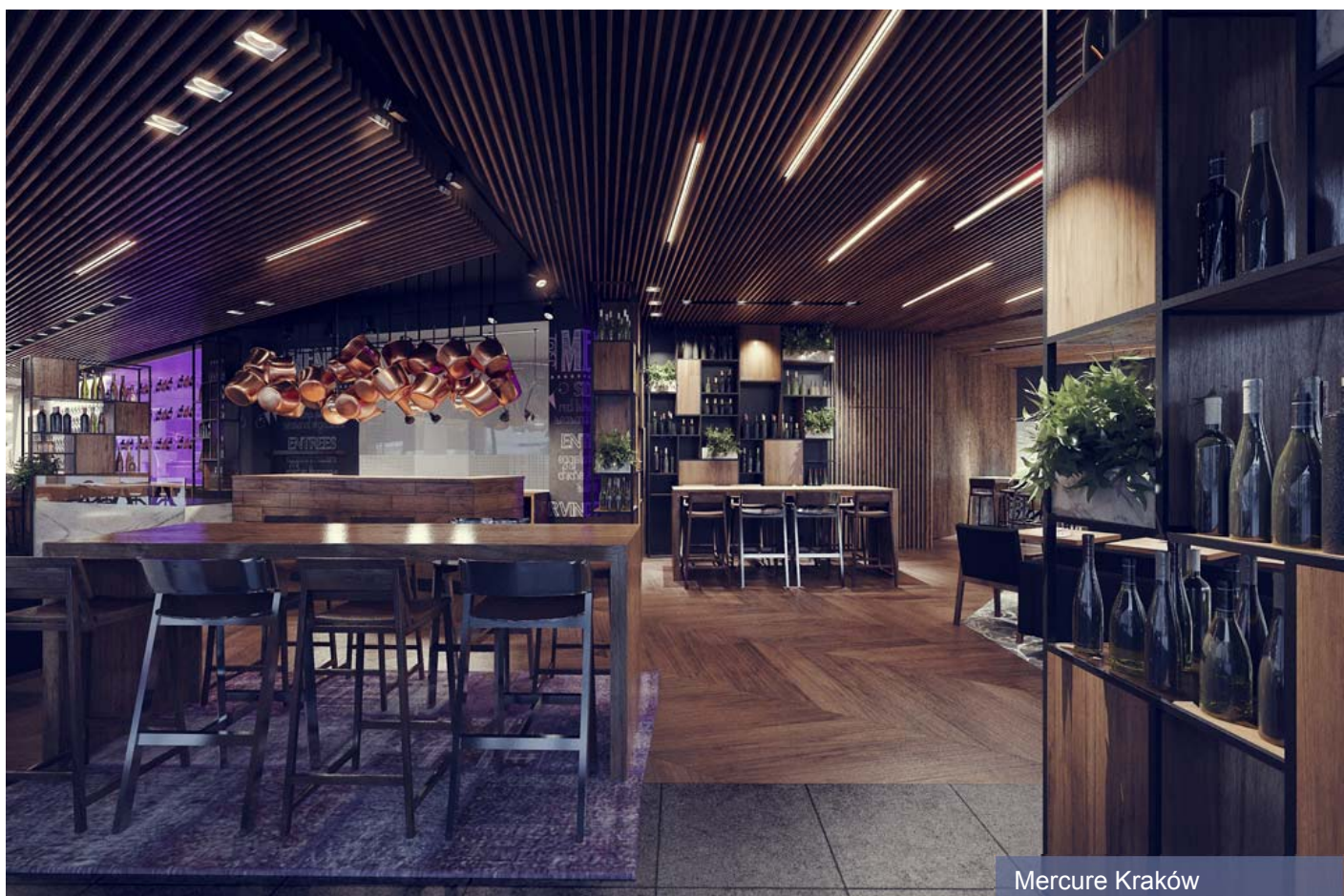
Wskaźniki operacyjne hoteli zarządzanych i franczyzowanych w podziale na segmenty geograficzne	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana
	wyniki raportowane			wyniki „like-for-like”		
Polska						
Frekwencja w %	48,8	41,6	7,2 p.p.	46,5	41,6	4,9 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	179,2	182,0	-1,5%	191,3	182,0	5,1%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	87,4	75,6	15,6%	89,0	75,6	17,7%
Węgry						
Frekwencja w %	84,9	81,2	3,7 p.p.	84,9	81,2	3,7 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	318,6	276,9	15,1%	318,6	277,5	14,8%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	270,4	224,8	20,3%	270,4	225,2	20,1%
Czechy						
Frekwencja w %	63,1	65,2	-2,1 p.p.	63,1	65,2	-2,1 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	155,4	147,7	5,2%	155,4	147,7	5,2%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	98,0	96,3	1,8%	98,0	96,3	1,8%
Pozostałe kraje						
Frekwencja w %	75,9	70,6	5,3 p.p.	78,9	70,6	8,3 p.p.
Średnia cena za pokój (ARR) bez VAT w zł	183,9	180,3	2,0%	189,2	180,3	4,9%
Przychód na 1 dostępny pokój (RevPAR) w zł	139,5	127,3	9,6%	149,4	127,3	17,4%

5.3 Klienci

W I półroczu 2016 roku blisko 62% klientów hoteli Grupy Orbis stanowili klienci biznesowi. Przy czym, zdecydowanie dominowali oni w hotelach Grupy w Polsce i w grupie „Pozostałe kraje” (stanowili odpowiednio 68,8% oraz 58,6% wszystkich klientów). Natomiast w hotelach zlokalizowanych w Czechach i na Węgrzech przeważali turyści, stanowiący odpowiednio 59,0% i 51,0% ogółu klientów.



WYNIKI FINANSOWE



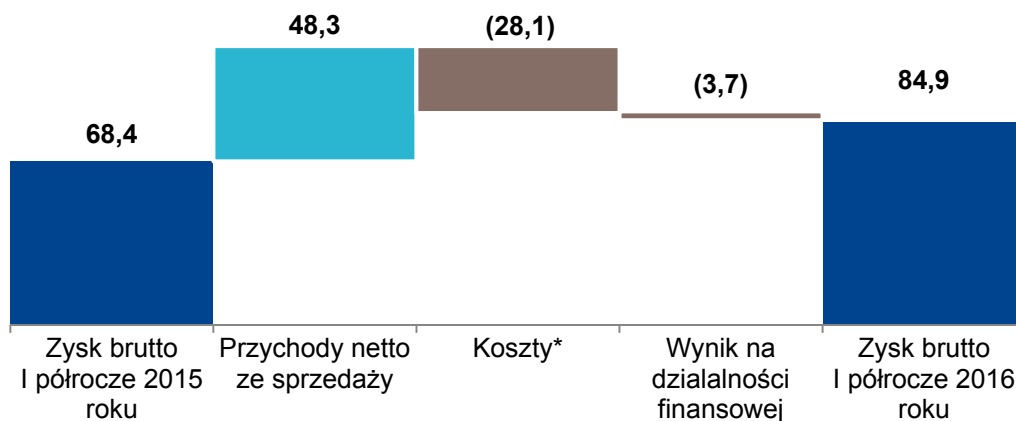
Mercure Kraków
Stare Miasto

6 WYNIKI FINANSOWE

6.1 Czynniki mające wpływ na wyniki

W ciągu I półrocza 2016 roku Grupa Orbis wypracowała zysk przed opodatkowaniem w wysokości 84,9 mln zł, czyli o 24,1% wyższy w porównaniu do wyniku za I półrocze 2015 roku.

Źródła kreacji zysku brutto w I półroczu 2016 roku



*Koszty łącznie z wynikiem na pozostałej działalności operacyjnej

Rachunek zysków i strat w ujęciu analitycznym	I półrocze 2016	I półrocze 2015	% zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	639 874	591 626	8,2%
<i>Przychody netto ze sprzedaży „like-for-like”</i>	639 874	582 798	9,8%
EBITDAR	213 328	193 160	10,4%
EBITDA operacyjna	164 289	143 118	14,8%
<i>EBITDA „like-for-like”</i>	164 289	142 793	15,1%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT) bez zdarzeń jednorazowych	91 437	73 930	23,7%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	91 523	71 351	28,3%
Wynik na działalności finansowej	(6 598)	(2 822)	-133,8%
Zysk przed opodatkowaniem	84 864	68 405	24,1%

Rachunek zysków i strat w ujęciu analitycznym	II kwartał 2016	II kwartał 2015	% zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	392 660	362 425	8,3%
<i>Przychody netto ze sprzedaży „like-for-like”</i>	392 660	355 931	10,3%
EBITDAR	161 905	150 264	7,7%
EBITDA operacyjna	137 741	124 844	10,3%
<i>EBITDA „like-for-like”</i>	137 741	124 050	11,0%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT) bez zdarzeń jednorazowych	100 486	89 985	11,7%
Wynik z działalności operacyjnej (EBIT)	100 715	89 862	12,1%
Wynik na działalności finansowej	(447)	771	-
Zysk przed opodatkowaniem	100 374	90 638	10,7%

6.2 Rachunek zysków i strat

W I półroczu 2016 roku przychody netto ze sprzedaży Grupy ukształtowały się na poziomie 639,9 mln zł, czyli wzrosły o 8,2% w porównaniu do danych za I półrocze 2015 roku.

Struktura rodzajowa przychodów ze sprzedaży Grupy nie uległa istotnej zmianie w porównaniu z przychodami za I półrocze 2015 roku. W I półroczu 2016 roku przychody z usług noclegowych wyniosły 430,5 mln zł, co stanowiło 67,3% całości przychodów Grupy. W porównaniu do danych za I półrocze ubiegłego roku przychody z usług noclegowych wzrosły o 9,4%.

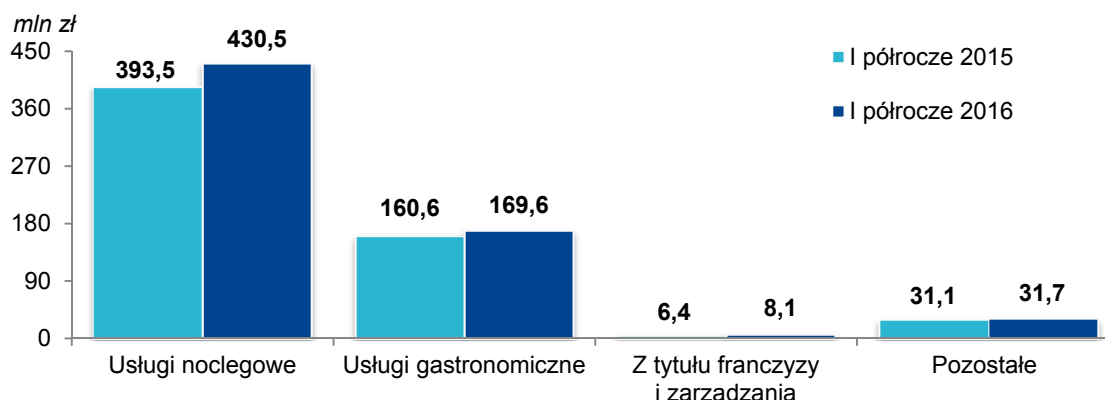
Wzrost liczby gości w hotelach Grupy Orbis wpłynął pozytywnie na przychody z gastronomii. W skali całej Grupy ukształtowały się one na poziomie 169,6 mln zł, tj. stanowiły 26,5% przychodów skonsolidowanych. W porównaniu do danych za I półrocze 2015 roku, przychody z usług gastronomicznych wzrosły o 5,6%.

Przychody z tytułu franczyzy i zarządzania miały 1,3% udział w przychodach Grupy. W porównaniu do danych za I półrocze ubiegłego roku przychody z tytułu franczyzy i zarządzania wzrosły o 26,6%. Jest to w szczególności efekt zwiększenia bazy hotelowej Grupy z 15 hoteli franczyzowych według stanu na 30 czerwca 2015 roku do 25 hoteli na koniec I półrocza 2016 roku.

Pozostałe przychody, obejmujące głównie przychody z wynajmu nieruchomości oraz miejsc parkingowych, stanowiły 5,0% przychodów skonsolidowanych i wzrosły o 1,9% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Struktura rodzajowa przychodów ze sprzedaży Grupy Orbis w I półroczu 2016 i 2015 roku kształtowała się następująco:

Przychody ze sprzedaży w podziale na rodzaje działalności



W ujęciu geograficznym, największy udział w przychodach netto ze sprzedaży Grupy miały hotele zlokalizowane w Polsce (63,3%) oraz na Węgrzech (21,9%). Przychody netto wygenerowane przez hotele zlokalizowane w Czechach oraz w pozostałych krajach stanowiły odpowiednio 8,1% oraz 6,7% przychodów skonsolidowanych.

Hotele działające w Polsce osiągnęły przychody netto ze sprzedaży na poziomie 404,8 mln zł, co stanowi 63,3% przychodów całej Grupy Orbis za I półrocze 2016 roku. W porównaniu z rokiem ubiegłym, polskie hotele zanotowały wzrost na poziomie 6,5%. Przychody z działalności noclegowej ukształtowały się na wyższym poziomie dzięki większej liczbie sprzedanych pokoi oraz wyższej średniej cenie za pokój. Wzrost liczby gości wpłynął pozytywnie na poziom przychodów z gastronomii.

Największy przyrost liczby pokoi sprzedanych miał miejsce w segmencie gości indywidualnych przebywających głównie w celach biznesowych. Był to przede wszystkim efekt elastycznej strategii cenowej. Na wyniki pozytywny wpływ miała specjalna oferta biznesowa w marce ibis (ibis Comfort Package), jak również kongres medyczny w Katowicach, większe zainteresowanie targami odbywającymi się w Poznaniu, Warszawie i Łodzi, 1050 rocznica chrztu Polski w Poznaniu, imprezy związane z Europejską Stolicą Kultury we Wrocławiu oraz wydarzenia sportowe, kulturalne, koncerty i festiwale organizowane w dużych miastach.

Wzrost w segmencie MICE nastąpił dzięki większej liczbie grup biznesowych i konferencji. Pozytywny wpływ wywarły duże wydarzenia kulturalne i sportowe, w tym największy wpływ miały mistrzostwa Europy w piłce ręcznej mężczyzn, mistrzostwa świata w hokeju na lodzie Dywizji IA w Katowicach, mistrzostwa Europy w szermierce w Toruniu. Inne znaczące wydarzenia to kongres medyczny i mistrzostwa świata w grach komputerowych (Intel Master Extreme)

w Katowicach, konferencja medyczna (Top Medical Trends) w Poznaniu, Europejski Kongres Gospodarczy w Katowicach, Międzynarodowa Konferencja Kardiologiczna w Zabrzu, pobyty sił NATO w związku z projektem Anaconda-16 w czerwcu w Toruniu i Warszawie.

W ramach gastronomii miał miejsce wzrost przychodów ze śniadań dzięki większej liczbie gości hotelowych. W hotelach Mercure odnotowano wzrost przychodów z restauracji WineStone, a w hotelach Novotel z restauracji NOVO². Udział we wzroście przychodów z gastronomii miały również przychody z bankietów i konferencji.

Hotele na Węgrzech osiągnęły przychody operacyjne na poziomie 140,4 mln zł, co stanowiło 21,9% przychodów skonsolidowanych. Wyższe od ubiegłorocznych wyniki (o 11,7%) zostały osiągnięte dzięki wyższej frekwencji oraz wyższej średniej cenie za pokój. Znaczny przyrost liczby pokoi sprzedanych był możliwy dzięki większemu popytowi na usługi noclegowe w Budapeszcie, zarówno w segmencie gości indywidualnych, jak i grupowych.

Pozytywny trend na Węgrzech obserwowany jest w segmencie gości indywidualnych przebywających w celach biznesowych. W segmencie grup turystycznych odnotowano nieznaczny spadek ze względu na mniejszą liczbę serii grup oraz brak, licznych w zeszłym roku, grup tzw. last minute. W segmencie MICE wzrost nastąpił dzięki większej liczbie grup biznesowych, oraz dzięki konferencjom. Dodatkowo pozytywny wpływ wywarły liczne imprezy i wydarzenia kulturalne i sportowe, takie jak festiwal cyrkowy, mistrzostwa Europy w strzelectwie, kongres OECD.

W pierwszym półroczu odnotowano również pozytywny wpływ segmentu gości korporacyjnych, głównie dzięki długoterminowym projektom realizowanym przez międzynarodowe firmy. Wzrost liczby pokoi sprzedanych w tym segmencie osiągnięto w marce Novotel, Mercure i Sofitel.

W I półroczu 2016 roku przychody hoteli zlokalizowanych w Czechach wyniosły 51,8 mln zł (8,1% ogółu przychodów Grupy). Hotele te zanotowały dynamikę przychodów ze sprzedaży na poziomie 8,4%, dzięki wyższej średniej cenie za pokój i przychodom z działalności gastronomicznej. Frekwencja za I półrocze 2016 roku w hotelach zlokalizowanych w Czechach ukształtowała się na poziomie nieznacznie niższym od ubiegłorocznego.

Wzrostowa tendencja z I kwartału 2016 roku została zahamowana w II kwartale ze względu na brak dużych wydarzeń sportowych, które miały miejsce w roku ubiegłym. Wpłynęło to na znaczny spadek liczby gości indywidualnych, przebywających w celach prywatnych. Zmniejszenie liczby pokoi sprzedanych odnotowano również w segmencie grup turystycznych, w szczególności w marce ibis, wskutek zmiany strategii polegającej na zmniejszeniu dostępności pokoi dla grup, a zwiększeniu dla gości biznesowych.

Największą dynamikę wzrostu w Czechach uzyskano w segmencie gości indywidualnych, przebywających w celach biznesowych, dzięki specjalnemu pakietowi biznesowemu oraz wyższej sprzedaży poprzez internetowe kanały dystrybucyjne. Pozytywny trend dotyczył również segmentu korporacyjnego. Wzrost zaobserwowano w marce ibis, Mercure oraz MGallery. Hotele czeskie odnotowały natomiast nieznaczny spadek w segmencie MICE.

W pozostałych krajach, w których zlokalizowane są hotele Grupy, przychody za okres pierwszych 6 miesięcy 2016 roku osiągnęły poziom 42,9 mln zł, tj. 6,7% przychodów skonsolidowanych. Hotele zlokalizowane na Litwie, Słowacji oraz w Rumunii wygenerowały przychody ze sprzedaży o 13,2% wyższe w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

Hotel Novotel w Wilnie uzyskał wyższe przychody operacyjne dzięki przychodom z działalności noclegowej, co umożliwiła nieznacznie wyższa frekwencja oraz średnia cena za pokój. Zwiększenie liczby gości miało miejsce w segmencie gości indywidualnych przede wszystkim dzięki ofertom promocyjnym. Segment gości korporacyjnych ukształtował się na poziomie z roku ubiegłego, natomiast w segmencie MICE odnotowano spadek.

Słowację reprezentują dwa hotele zlokalizowane w Bratysławie: Mercure oraz ibis. Obydwa hotele osiągnęły wyższe przychody operacyjne, głównie dzięki wyższej frekwencji i średniej cenie za pokój. Przychody z gastronomii w hotelu Mercure ukształtowały się na wyższym poziomie, natomiast w ibisie odnotowano spadek sprzedaży w gastronomii w porównaniu z rokiem ubiegłym. W analizowanym okresie przyrost liczby pokoi sprzedanych miał miejsce głównie w segmencie gości indywidualnych przybywających zarówno w celach turystycznych, jak i biznesowych, dzięki elastycznej polityce cenowej i jej dostosowaniu do rynku oraz większemu zainteresowaniu ofertami promocyjnymi. Segment grup biznesowych odnotował spadek w porównaniu z rokiem ubiegłym, co spowodowane było dużymi, jednorazowymi wydarzeniami w II kwartale 2015 roku. Wzrost w segmencie korporacyjnym nastąpił w związku zżywieniem przemysłu motoryzacyjnego oraz pobytami kluczowych klientów w marce Mercure.

Hotel Novotel w Bukareszcie osiągnął przyrost przychodów z noclegów dzięki wyższej frekwencji, przy średniej cenie za pokój poniżej poziomu z roku ubiegłego. Przychody z gastronomii również odnotowały wzrost, na co wpłynęło między innymi otwarcie restauracji WineStone w lutym. Największy przyrost liczby sprzedanych pokoi miał miejsce w segmencie gości indywidualnych, głównie dzięki turystom. Pozytywny wpływ miała zmiana polityki cenowej, nowa oferta promocyjna wprowadzona pod koniec kwietnia oraz specjalny pakiet biznesowy. Niewielki wzrost odnotowano również w segmencie grup turystycznych.

Wzrost frekwencji w hotelach Grupy w I półroczu 2016 roku wpłynął na wzrost bezpośrednich kosztów działalności, przy czym udział poszczególnych rodzajów kosztów w przychodach netto ze sprzedaży nie zmienił się w porównaniu do roku ubiegłego. Największy wzrost odnotowały koszty usług obcych, w tym głównie prowizje dla pośredników w sprzedaży, koszty outsourcingu personelu oraz usługi konserwacyjne i remontowe. W porównaniu do I półrocza 2015 roku istotnie wzrosły także koszty świadczeń pracowniczych, na co wpłynęło zwiększenie zatrudnienia, jak również podwyżki wynagrodzeń oraz wzrost premii uzależnionych od osiągniętych wyników finansowych. Wyższy poziom kosztów zużycia materiałów i energii związany jest bezpośrednio z większą sprzedażą usług gastronomicznych.

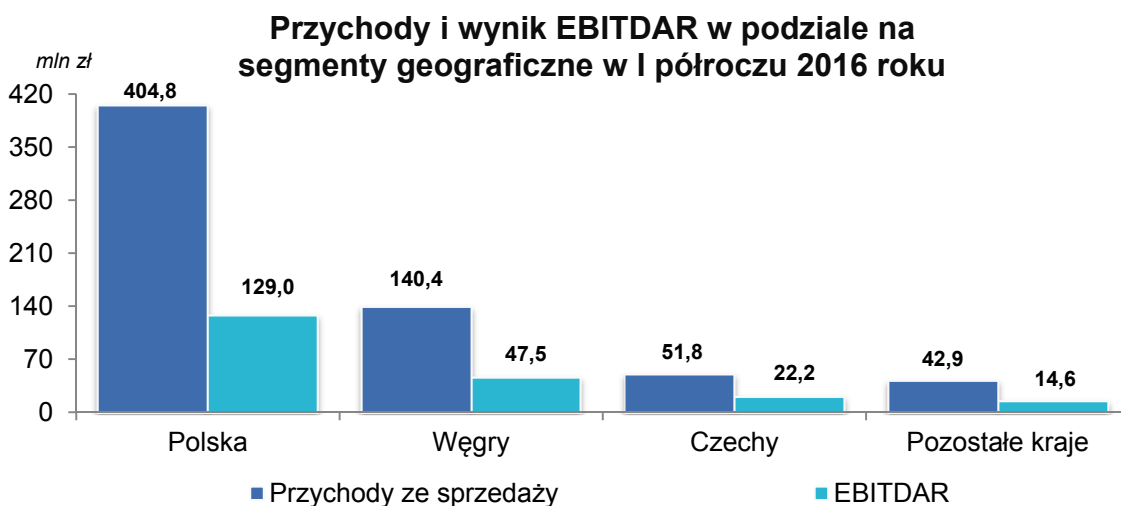
Tempo wzrostu kosztów było niższe niż dynamika przychodów, wskutek czego Grupa osiągnęła wynik EBITDAR w wysokości 213,3 mln zł, co oznacza wzrost o 10,4% w porównaniu z I półroczem 2015 roku.

W I półroczu 2016 roku odnotowano spadek kosztów wynajmu nieruchomości, przy jednoczesnym wzroście amortyzacji. Jest to efekt wykupu dwóch hoteli z leasingu, jak również wzrostu wartości majątku wskutek ponoszonych nakładów inwestycyjnych na nowe i istniejące obiekty hotelowe.

W efekcie powyższych zmian **EBITDA operacyjna wzrosła o 14,8% do poziomu 164,3 mln zł**, zaś wynik z działalności operacyjnej bez zdarzeń jednorazowych wyniósł 91,4 mln zł, czyli był o 23,7% lepszy niż w I półroczu 2015 roku.

W bieżącym roku Grupa osiągnęła niższy wynik na działalności finansowej. Istotną część przychodów finansowych w I półroczu 2015 roku stanowiły dodatnie różnice kursowe z wyceny sald i transakcji w walutach obcych.

Grupa Orbis zakończyła I półrocze 2016 roku zyskiem netto na poziomie 71,4 mln zł, co oznacza wynik wyższy o 34,0% w stosunku do danych za I półrocze 2015 roku.



6.3 Sprawozdanie z sytuacji finansowej

30 czerwca 2016 roku aktywa ogółem Grupy Orbis wyniosły 2 598,7 mln zł, tj. wzrosły o 4,6% w stosunku do 31 grudnia 2015 roku.

Głównym elementem aktywów Grupy są aktywa trwałe. Wśród nich największą pozycję stanowią rzeczowe aktywa trwałe o wartości 2 057,8 mln zł. Ich udział w aktywach ogółem wynosi 79,2%. Ze względu na rodzaj prowadzonej działalności, największymi pozycjami rzeczowych aktywów trwałych są budynki i budowle oraz grunty i prawa wieczystego użytkowania gruntów. Poziom rzeczowych aktywów trwałych wzrósł o 7,0% w porównaniu ze stanem z 31 grudnia 2015 roku. Jest to przede wszystkim efekt zakupu dwóch leasingowanych dotychczas hoteli (ibis Budapest Heroes Square oraz Mercure Budapest City Center) przez spółkę zależną Accor-Pannonia Hotels Zrt. Nakłady inwestycyjne poniesione na wykup tych hoteli wyniosły 124,0 mln zł. Zwiększenie pozycji rzeczowych aktywów trwałych wynika również z poniesionych nakładów inwestycyjnych w wysokości 76,8 mln zł na budowę nowych hoteli oraz podniesienie standardu posiadanych hoteli. Wpływ na wysokość rzeczowych aktywów trwałych miała naliczona amortyzacja (71,1 mln zł).

Istotną pozycję majątku trwałego stanowią także wartości niematerialne (w tym głównie wartość firmy) wycenione na 113,2 mln zł. Ich udział w aktywach Grupy wynosi 4,4%.

W aktywach obrotowych największe zmiany w I półroczu 2016 roku odnotowały: środki pieniężne i ich ekwiwalenty, należności handlowe oraz należności krótkoterminowe inne, jak również krótkoterminowe aktywa finansowe.

Na koniec czerwca 2016 roku Grupa Orbis wykazała saldo środków pieniężnych i ich ekwiwalentów w łącznej wysokości 236,4 mln zł (9,1% aktywów). Ich spadek w I półroczu wynika głównie z poniesionych nakładów inwestycyjnych oraz spłaty pod koniec czerwca 2016 roku raty kapitałowej oraz odsetek od kredytu, jak również odsetek od wyemitowanych obligacji.

Wzrost należności handlowych o 42,4% w porównaniu do grudnia 2015 roku wynika ze znacznie większej sprzedaży usług noclegowych w czerwcu 2016 roku niż na koniec roku.

Na pozycję należności krótkoterminowych innych składają się głównie należności z tytułu VAT oraz rozliczenia międzyokresowe czynne. Nieznaczny spadek salda z 34,5 mln zł na koniec 2015 roku do 32,0 mln zł na 30 czerwca 2016 roku (zmiana o 7,3%) wynika m.in. z rozliczenia przedpłaty na wykup hoteli z leasingu w wysokości 5,5 mln zł, stanowiącej należność Grupy na dzień 31 grudnia 2015 roku, otrzymania raty należności (w wysokości 3,4 mln zł) z tytułu sprzedaży hotelu Mercure Kasprowy w Zakopanem, oraz charakterystycznego dla I półrocza zmniejszenia należności z tytułu VAT w porównaniu z końcem roku. Na dzień 30 czerwca 2016 roku Grupa wykazuje wyższe saldo czynnych rozliczeń międzyokresowych kosztów, w tym głównie opłat za prawa wieczystego użytkowania gruntów, w stosunku do poziomu z 31 grudnia 2015 roku.

Krótkoterminowe aktywa finansowe obejmowały na dzień 31 grudnia 2015 roku pożyczkę udzieloną przez Accor-Pannonia Hotels Zrt. podmiotom zewnętrznym: City Budapest Zrt. oraz Hotel Liget. Zrt. Należność ta została rozliczona w I półroczu 2016 roku w ramach transakcji zakupu dwóch hoteli w Budapeszcie.

Grupa finansowała swoją działalność operacyjną głównie ze środków własnych. Na dzień 30 czerwca 2016 roku kapitały własne Grupy wynosiły 1 810,8 mln zł (69,7% pasywów).

Według stanu na dzień 30 czerwca 2016 roku Orbis S.A. posiadał następujące oprocentowane zobowiązania długoterminowe:

- zobowiązania z tytułu emisji obligacji – 299,3 mln zł (11,5% pasywów),
- kredyty i pożyczki – 105,1 mln zł (4,0% sumy bilansowej),

oraz krótkoterminowe zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek w wysokości 35,3 mln zł (1,4% pasywów).

30 czerwca 2016 roku zadłużenie netto Grupy wynosiło 203,3 mln zł, czyli stanowiło 11,2% kapitałów własnych.

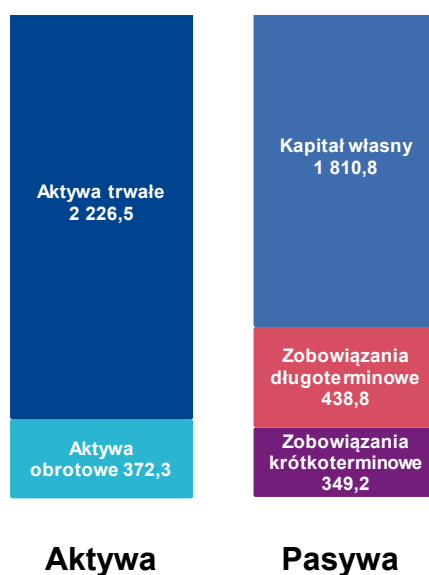
Wzrost salda zobowiązań handlowych powiązany jest z większym obłożeniem niż na koniec 2015 roku, a więc także ze wzrostem zakupów jakie odnotowano w hotelach Grupy.

Istotną pozycją zobowiązań krótkoterminowych są zobowiązania krótkoterminowe inne, na które składają się głównie zobowiązania z tytułu podatków i ubezpieczeń społecznych, bierne rozliczenia międzyokresowe kosztów świadczeń pracowniczych (w tym z tytułu premii i niewykorzystanych urlopów) oraz zobowiązanie Orbis S.A. z tytułu zadeklarowanej dywidendy w wysokości 69,1 mln zł. Termin wypłaty dywidendy ustalony został na dzień 3 sierpnia 2016 roku.

Znacznie wyższy poziom krótkoterminowych przychodów przyszłych okresów na dzień 30 czerwca 2016 roku wynika przede wszystkim z otrzymanych przedpłat na usługi noclegowe w okresie letnim. Ponadto wzrost krótkoterminowych przychodów przyszłych okresów wynika z otrzymanej zaliczki na poczet sprzedaży hotelu Mercure Mrągowo Resort & SPA (3,6 mln zł).

Spadek zobowiązań dotyczących środków trwałych w I półroczu 2016 roku wynika w szczególności z rozliczenia nakładów poniesionych na rebranding hotelu Orbis Wrocław na markę ibis, jak również zakończenia prac modernizacyjnych m.in. w hotelach: Mercure Częstochowa Centrum, Mercure Poznań Centrum, Novotel Gdańsk Marina, Novotel Katowice Centrum oraz Sofitel Warszawa Victoria.

Struktura bilansu Grupy Orbis w mln zł (stan na 30.06.2016)



6.4 Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym

30 czerwca 2016 roku kapitały własne wyniosły 1 810,8 mln zł wobec 1 783,3 mln zł na koniec 2015 roku.

W zyskach zatrzymanych Grupy Kapitałowej Orbis uwzględniono zysk netto za I półrocze 2016 roku w wysokości 71,4 mln zł. Wzrost zysków zatrzymanych wynikał również z rozliczenia wpłaty otrzymanej od Accor S.A. w wysokości 4,0 mln EUR (równowartość 17,3 mln zł) w związku z podpisanym w dniu 15 stycznia 2016 roku porozumieniem (opis w punkcie 10 Skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za I półrocze 2016 roku). Na kapitał własny odniesiono także podatek dochodowy wynikający z tej transakcji. Negatywny wpływ na wysokość zysków zatrzymanych na koniec czerwca 2016 roku miała przyznana dywidenda za rok 2015 w wysokości 69,1 mln zł.

Na zmianę pozostałych kapitałów Grupy w ciągu I półrocza 2016 roku wpłynęła wycena instrumentu pochodnego zabezpieczającego przyszłe przepływy pieniężne przed ryzykiem zmiany stopy procentowej związane z dokonaną w 2015 roku emisją obligacji. Informację na temat instrumentu zabezpieczającego zamieszczono w punkcie 9.3 Skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za I półrocze 2016 roku.

Kapitał z przeliczenia jednostek zagranicznych Grupy wzrósł z poziomu 2,8 mln zł na koniec 2015 roku do 14,1 mln zł na skutek przeliczenia pozycji finansowych jednostek zagranicznych na walutę prezentacji (PLN). Znaczący wpływ na poziom kapitału z przeliczenia jednostek zagranicznych miał wzrost średnich kursów wymiany walut obcych na koniec czerwca 2016 roku w porównaniu do 31 grudnia 2015 roku (patrz punkt 1 Skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za I półrocze 2016 roku).

6.5 Sprawozdanie z przepływów pieniężnych

W ciągu pierwszych sześciu miesięcy 2016 roku przepływy pieniężne netto Grupy Orbis wyniosły -36,0 mln zł (-5,1 mln zł w I półroczu 2015 roku). Złożyły się na nie:

- Działalność operacyjna – znaczny wzrost sprzedaży w I półroczu 2016 roku, osiągnięty zarówno poprzez wyższe ceny, jak i wzrost frekwencji, wpłynął na poprawę wyniku brutto oraz bezpośrednio na wyższe przepływy z działalności operacyjnej w porównaniu do roku ubiegłego. Dodatkowo pozytywny wpływ miał wyższy niż w roku ubiegłym poziom otrzymanych przedpłat na usługi noclegowe.
- Działalność inwestycyjna – główną przyczyną ujemnych przepływów pieniężnych na poziomie 188,4 mln zł były poniesione wydatki na rzeczowe aktywa trwałe w kwocie 198,8 mln zł. Największą część środków przeznaczono na wykup dwóch hoteli z leasingu. W ramach tej transakcji węgierska spółka zależna dokonała płatności w kwocie 24,2 mln EUR (ok. 107 mln zł), która wynikała z ustalonej ceny w wysokości 27,5 mln EUR pomniejszonej o należności z tytułu udzielonych pożyczek w kwocie 2 mln EUR oraz dokonanej w grudniu przedpłatę w kwocie 1,3 mln EUR. Ponadto spółka Accor Pannonia Hotels Zrt. zapłaciła 197,5 mln HUF (tj. ok. 2,8 mln zł) tytułem podatku od sfinalizowanej transakcji zakupu. Wydatki w ramach działalności inwestycyjnej zostały częściowo zrekompensowane otrzymaną zaliczką na poczet sprzedaży hotelu Mercure Mrągowo Resort & SPA (3,6 mln zł) oraz wpływem kolejnej raty należności (w wysokości 3,4 mln zł) z tytułu sprzedaży hotelu Mercure Kasprowy w Zakopanem.
- Działalność finansowa – otrzymane od Accor S.A. środki pieniężne w ramach podpisanego porozumienia (opisanego w punkcie 10 Skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego za I półrocze 2016 roku) stanowiły wpływy z działalności finansowej Grupy Orbis. Z kolei wydatki w okresie pierwszych 6 miesięcy 2016 roku zostały poniesione na spłatę raty kapitałowej z tytułu zaciągniętego przez Orbis S.A. kredytu oraz zmniejszenie salda zadłużenia z tytułu kredytu w rachunku bieżącym przez spółkę zależną Katerinska Hotels s.r.o., jak również na uregulowanie kosztów finansowania zewnętrznego (odsetki, prowizje oraz inne koszty) przez Orbis S.A. W efekcie Grupa Orbis wygenerowała w I półroczu 2016 roku ujemne przepływy z działalności finansowej na poziomie 8,6 mln zł.

6.6 Analiza wskaźnikowa sprawozdań finansowych

Na podstawie sprawozdań finansowych (rachunek zysków i strat oraz sprawozdanie z sytuacji finansowej) przeprowadzono analizę obejmującą wskaźniki efektywności, rentowności, aktywności i finansowania.

W I półroczu 2016 roku Grupa Orbis osiągnęła lepsze wskaźniki efektywności w porównaniu z danymi dla I półrocza 2015 roku.

Wybrane wskaźniki finansowe dla Grupy Orbis	I półrocze 2016	I półrocze 2015
Wskaźniki efektywności		
Marża EBITDAR w %	33,3	32,6
Marża EBITDA w %	25,7	24,2
Marża EBIT w %	14,3	12,1
Wskaźniki rentowności		
Wskaźnik rentowności kapitału (ROE)	4,0%	3,0%
Wskaźnik rentowności aktywów (ROA)	2,8%	2,4%
Wskaźnik rentowności sprzedaży netto (ROS)	11,2%	9,0%
Wskaźniki aktywności		
Szybkość obrotu należności	17	15
Szybkość obrotu zobowiązań	31	23
Szybkość obrotu zapasów	2	2
Wskaźniki finansowania		
Dług netto (w mln zł)	203,3	244,2
Stopa zadłużenia*	30,3%	32,2%
Wskaźnik pokrycia aktywów trwałych kapitałem własnym	81,3%	79,8%
Wskaźniki płynności		
Wskaźnik bieżącej płynności	1,07	1,15

* zobowiązania ogółem/suma pasywów

6.7 Prognoza wyniku operacyjnego EBITDA w 2016 roku

Zarząd Orbis S.A. podjął decyzję o sporządzeniu i przekazaniu do wiadomości publicznej w dniu 28 lipca br. prognozy wyniku operacyjnego EBITDA Grupy Kapitałowej Orbis w 2016 roku. W ocenie Zarządu prognozowany wynik EBITDA za 2016 rok powinien osiągnąć wartość w przedziale pomiędzy 360 i 370 mln zł.

Prognoza EBITDA uwzględnia wynik z działalności operacyjnej, z wyłączeniem wpływu zdarzeń jednorazowych, takich jak sprzedaż nieruchomości, aktualizacja wartości aktywów trwałych, czy koszty restrukturyzacji zatrudnienia.

Prognoza została sporządzona na podstawie wyników finansowych osiągniętych w pierwszym półroczu 2016 roku oraz przewidywanej sprzedaży w hotelach w kolejnych kwartałach br.

Realizacja prognozy monitorowana będzie przez Zarząd Orbis S.A. na bieżąco, ze szczególnym uwzględnieniem analizy wyników finansowych osiąganych w kolejnych miesiącach. W przypadku wystąpienia istotnych odchylenia (co najmniej 10%) od dolnej granicy prognozowanego wyniku, Spółka dokona korekty prognozy i przekaże ją do wiadomości publicznej w formie raportu bieżącego.

Prognoza nie podlegała weryfikacji przez biegłego rewidenta.

RYZIKO DZIAŁALNOŚCI



Mercure Poznań Centrum

7 RYZYKO DZIAŁALNOŚCI

7.1 Ryzyko biznesowe

7.1.1 Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną i stanem branży hotelarskiej

Sytuacja podmiotów działających w branży hotelarskiej w znacznym stopniu zależy od będącej poza jej kontrolą, ogólnej sytuacji makroekonomicznej. Do głównych czynników ryzyka wpływających na popyt na usługi hotelarskie należy zaliczyć:

- Recesję lub stagnację gospodarczą, wpływającą na popyt na usługi hotelarskie, zarówno ze strony klientów indywidualnych, jak i biznesowych. Pogorszenie się sytuacji materialnej ludności i wzrost bezrobocia nie tylko ogranicza możliwości finansowe, ale oddziałuje niekorzystnie na nastroje i skłonność do podróżowania. Zła sytuacja finansowa firm wpływa natomiast na ograniczenie budżetów na szkolenia, podróże służbowe i w efekcie skutkuje odwołaniem, przełożeniem lub renegocjacją umów dla grup biznesowych.
- Wzrost cen paliw, energii i żywności, który przekłada się na poziom kosztów operacyjnych operatorów hotelowych.
- Umocnienie się waluty lokalnej, wpływające na pogorszenie atrakcyjności danego kraju dla turystów zagranicznych.
- Zmniejszenie liczby połączeń lotniczych i kolejowych.
- Zmieniającą się niekorzystnie sytuację geopolityczną, w tym w wyniku konfliktów i napięć społecznych, skutkującą zmniejszeniem się liczby osób podróżujących.

7.1.2 Ryzyko związane z konkurencją

Branża hotelarska jest rynkiem, na którym prowadzona jest intensywna konkurencja. W dużych miastach, w których działa Grupa Orbis powstają z roku na rok nowe hotele. Część z nich należy do globalnych operatorów dysponujących szeroką siecią obiektów o rozpoznawalnych markach, efektywnymi programami lojalnościowymi oraz wysokimi budżetami marketingowymi. Operatorzy hotelowi konkurują także w zakresie pozyskania nowych franczyzobiorców w atrakcyjnych lokalizacjach.

Nasilenie się konkurencji może mieć niekorzystny wpływ na wysokość ceny oraz poziom obłożenia obiektów hotelowych prowadzonych przez podmioty wchodzące w skład Grupy Orbis, a w konsekwencji na osiągnięte wyniki finansowe.

Grupa Orbis prowadzi aktywną politykę produktową i cenową we wszystkich swoich hotelach, kładzie szczególny nacisk na rozszerzanie swojej oferty o nowe i ciekawe produkty wyprzedzając konkurencję na rynku hotelarskim.

7.1.3 Ryzyko wynikające ze współpracy z agencjami i pośrednikami turystycznymi

Celem Grupy Orbis jest sprzedaż poprzez tradycyjne kanały lub stronę internetową Accor. Jednakże klienci korzystają obecnie regularnie ze stron internetowych agencji turystycznych. Niektórzy z tych dużych pośredników rozwijają własne programy lojalnościowe dla swoich systemów rezerwacyjnych. Jeżeli poziom sprzedaży poprzez OTA (*Online Travel Agencies*) wzrośnie istotnie, przychody Grupy Orbis mogą istotnie ucierpieć.

7.2 Ryzyko finansowe

Główne obszary ryzyka, na które jest narażona Grupa Kapitałowa Orbis, to ryzyko kredytowe, ryzyko walutowe, ryzyko związane z płynnością oraz ryzyko stóp procentowych, wynikające ze zmienności na rynkach pieniężnym i kapitałowym i mające swoje odzwierciedlenie w sprawozdaniu z sytuacji finansowej oraz rachunku zysków i strat.

Grupa prowadzi jednolitą politykę zarządzania ryzykiem finansowym oraz stały monitoring obszarów ryzyka, wykorzystując dostępne strategie i mechanizmy w celu zminimalizowania ujemnych efektów zmienności rynku i zabezpieczenia przepływów pieniężnych.

Grupa ogranicza ryzyko finansowe (definiowane, jako zmienność przepływów pieniężnych), jak również ryzyko związane ze zmiennością na rynkach pieniężnych i kapitałowych. Politykę tę realizuje w sposób opisany w poniższych punktach.

Narażanie się na dodatkowe ryzyka niezwiązane z zaakceptowaną działalnością biznesową uważa się za niewłaściwe.

Grupa nie prowadzi obrotu instrumentami finansowymi, w tym pochodnymi, dla celów spekulacyjnych.

Polityka i strategia zarządzania ryzykiem jest określona i monitorowana przez Zarząd Orbis S.A. Bieżące obowiązki w tym zakresie sprawują komórki merytoryczne Orbis S.A. oraz spółek Grupy.

7.2.1 Ryzyko walutowe

Część przychodów ze sprzedaży jak i kosztów przypada na spółki zagraniczne Grupy Orbis. Także spółki krajowe zawierają transakcje denominowane w walutach obcych. W związku z tym pojawia się ryzyko wahań kursów walut. W przypadku ponoszenia kosztów i generowania przychodów w różnych walutach, Grupa może być narażona na ryzyko kursowe. Część kosztów takich jak koszty najmu są wyrażane, lub indeksowane do walut obcych, głównie euro. Istnieje ryzyko, że niekorzystne zmiany kursu walutowego wpłyną negatywnie na rentowność sprzedaży, a co za tym idzie, na wynik finansowy Grupy.

Grupa stara się przy zabezpieczaniu ekspozycji walutowej wykorzystać w pierwszej kolejności mechanizm hedgingu naturalnego i skorelowania przychodów i kosztów ponoszonych w tej samej walucie. Do zarządzania ryzykiem dopuszcza się również wykorzystywanie instrumentów pochodnych, w tym stosowanie transakcji typu forward oraz swap, jak również strategii opcyjnych.

Na dzień bilansowy Grupa nie posiada kredytów i pożyczek walutowych lub denominowanych w walucie obcej.

7.2.2 Ryzyko stopy procentowej

Grupa narażona jest na ryzyko stopy procentowej w związku z pozyskaniem finansowania na zmienną stopę procentową w postaci kredytów oraz wyemitowanych obligacji.

Ewentualny wzrost stóp procentowych spowoduje wzrost kosztów finansowania Orbis i wpłynie niekorzystnie na wynik finansowy Grupy.

30 czerwca 2016 roku zobowiązania Orbis S.A. oprocentowane zmienną stopą wynosiło:

- Kredyt w Banku Pekao S.A i Société Générale S.A w wysokości 141,2 mln zł, oprocentowany WIBOR 3M plus marża. Oprocentowanie kredytu jest oparte na zmiennych stopach referencyjnych aktualizowanych kwartalnie.
- Zobowiązania z tytułu emisji obligacji – 300,0 mln zł. Obligacje są oprocentowane w skali roku, wedug zmiennej stopy procentowej równej stawce WIBOR dla depozytów sześciomiesięcznych (WIBOR 6M), powiekszonej o marżę odsetkową w wysokości 0,97 p.p. Oprocentowanie będzie p tne w sześciomiesięcznych okresach odsetkowych. Termin wykupu obligacji – 26 czerwca 2020 roku.

W przypadku obligacji, zmienno c przepływów pieniężnych kompensowana jest poprzez zawartą transakcj  Swap'a Stopy Procentowej.

7.2.3 Ryzyko kredytowe

Ryzyko kredytowe, na które narażona jest Grupa Kapitałowa może wynikać z:

- ryzyka kredytowego wynikającego z wiarygodności kredytowej instytucji finansowych (banków/brokerów), stron lub pośredników umów zabezpieczających,
- wiarygodności kredytowej podmiotów, których papiery wartościowe Grupa nabywa lub w które inwestuje,
- wiarygodności franczyzobiorców i inwestorów, z którymi spółki Grupy podpisuj  umowy franczyzy oraz zarządzania,

- wiarygodności kredytowej klientów korporacyjnych, co jednak z uwagi na brak znacznej koncentracji ryzyka kredytowego i duży udział stosunkowo niewielkich transakcji w całości obrotu nie wymaga stosowania specjalnych zabezpieczeń transakcji, poza monitoringiem kontrahentów pod kątem ich zdolności kredytowych.

W ocenie Grupy ryzyko dotyczące klientów nie odbiega od przeciętnego ryzyka kredytowego na rynkach, na których działają spółki Grupy.

W rozliczaniu z kontrahentami Grupa preferuje płatności kartą kredytową, gotówką oraz przedpłaty. Decyzje dotyczące udzielenia kredytu podejmuje się biorąc pod uwagę wynik badania wypłacalności, wartość kontraktu, termin płatności oraz prognozowane saldo należności.

Badanie wypłacalności przeprowadzane jest przed udzieleniem kredytu każdemu nowemu kontrahentowi oraz przy odnawianiu kontraktu na kolejne okresy współpracy. W celu spełnienia tych wymogów, hotele oraz jednostki Biura Zarządu mają do dyspozycji następujące narzędzia:

- Raporty z biur informacji gospodarczych wspomagające ocenę wiarygodności klienta.
- Historię płatności danego klienta – istotne opóźnienia w płatnościach, a w szczególności pojawienie się kontrahenta na wewnętrznej „czarnej liście dłużników” Grupy, blokuje możliwość dalszego kredytowania.
- Istnienie innych negatywnych informacji na temat wypłacalności kontrahenta. Każda informacja pochodząca z lokalnego lub globalnego rynku dotycząca problemów z wypłacalnością kontrahenta musi być dokładnie zbadana, z konsekwencją zablokowania kredytu, jeżeli jest to uzasadnione.

Przyjęto, że w przypadku, gdy ocena wypłacalności nie jest pozytywna w każdym z wymienionych wyżej punktów należy zawsze żądać dodatkowych zabezpieczeń w postaci gwarancji bankowej lub preautoryzacji karty kredytowej.

Narażenie Grupy na ryzyko wiarygodności kredytowej kontrahentów jest stale monitorowane. Kontrolę ryzyka kredytowego umożliwiają systematyczne spotkania Komisji Kredytowej, w trakcie których omawiane są wszystkie istotne przypadki ryzyka związane z kredytem kupieckim oraz podejmowane decyzje w sprawie udzielenia kredytu nowym kontrahentom mającym niejasną sytuację finansową.

W celu ograniczenia ryzyka kredytowego Grupa współpracuje z renomowanymi bankami o dobrej pozycji finansowej.

7.2.4 Ryzyko płynności

Grupa Kapitałowa Orbis zabezpiecza płynność poprzez wykorzystanie kredytów, udzielanie wewnętrznych pożyczek oraz posiadanie czynnych linii kredytowych w rachunku bieżącym.

Dodatkowo, Grupa wykorzystuje strukturę cash pooling pomiędzy Orbis S.A. a spółką zależną Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. na rachunkach otwartych w Banku Handlowym w Warszawie S.A.

Przejściowo wolne środki pieniężne są lokowane w krótkoterminowe lokaty bankowe.

Grupa monitoruje płynność finansową bazując na kalkulacji stopy zadłużenia oraz wskaźnika bieżącej płynności.

7.2.5 Ryzyko cenowe

Istnieją następujące czynniki ryzyka cenowego w działalności Grupy Kapitałowej Orbis:

- Konkurencja. Rynek hotelarski charakteryzuje się dużym przyrostem liczby pokoi, które zostały oddane do użytku w ostatnich latach, co spowodowało presję na ceny usług hotelowych.
- Kondycja ekonomiczna rynków lokalnych i na świecie. Rozwój gospodarczy stymuluje wzrost zainteresowania usługami hotelarskimi poprzez wzrost liczby podróży biznesowych i większą skłonność do podróży turystycznych.
- Kursy walut. Szczególnie kurs EUR do walut w większości krajów, w których działalność prowadzi Grupa, jest ważnym czynnikiem ryzyka cenowego w działalności hotelowej, a także w turystyce przyjazdowej i wyjazdowej. Słaby kurs euro oznacza zmniejszenie powyższych przychodów denominowanych w lokalnych walutach krajów głównie na Węgrzech, w Czechach i Rumunii.

Ryzyko cenowe jest minimalizowane poprzez realizację polityki aktywnego zarządzania dostępnością pokoi i zarządzania cenami (*yield management*). Nie jest możliwe przewidzenie wpływu na wyniki finansowe Grupy wystąpienia powyższego ryzyka.

7.3 Ryzyko prawne

Sektor hotelarski jest narażony na ryzyko prawne związane ze zmianami przepisów w zakresie:

- ochrony danych osobowych,
- obowiązków i obciążeń nakładanych na właścicieli i użytkowników nieruchomości gruntowych oraz budynków i budowli,
- ochrony środowiska,
- zatrudnienia, np. w zakresie poziomu płacy minimalnej, obowiązkowych składek emerytalnych i zdrowotnych,
- podatków i innych obciążeń publicznoprawnych nakładanych na przedsiębiorców.

Grupa Orbis na bieżąco monitoruje zmiany w otoczeniu prawnym Grupy.

7.4 Ryzyko utraty reputacji

Marki, pod którymi działają hotele Grupy Orbis i ich reputacja należą do najważniejszych aktywów Grupy. Możliwość pozyskania klientów i ich utrzymanie zależy od standardu i jakości usług oraz stosowania dobrych praktyk rynkowych (handlowych) w ramach zarządzania. Incydenty wpływające negatywnie na zaufanie i bezpieczeństwo gości mogą zaszkodzić wizerunkowi marek. Dodatkowo, niekorzystnie na wizerunek Grupy Orbis może wpłynąć nieprzestrzeganie zasad ładu korporacyjnego, zdarzenia wpływające negatywnie na środowisko naturalne, nieprzestrzeganie praw pracowniczych i niewłaściwe relacje z lokalnymi władzami. W warunkach ekspansji mediów społecznościowych potencjalna skala (zakres) negatywnego odbioru i upublicznienia takich zdarzeń może być duża, w tym niewspółmierna do faktycznych niekorzystnych skutków danego zdarzenia. Wystąpienie sytuacji wskazanych powyżej może przyczynić się do wzrostu kosztów prowadzonej działalności lub mieć niekorzystny wpływ na poziom przychodów.

Grupa Orbis na bieżąco monitoruje działalność mediów i odpowiada na problemy zamieszczone na portalach społecznościowych, jak również zaimplementowała szczegółowe procedury reagowania (działania) w sytuacjach kryzysowych, mające na celu zapobieganie negatywnym zdarzeniom oraz (w przypadku ich wystąpienia) minimalizowanie skutków.

7.5 Czynniki ryzyka związane z Obligacjami

7.5.1 Ryzyko wcześniejszego wykupu Obligacji z przyczyn innych niż na żądanie Obligatariusza

W przypadku, gdy wystąpi likwidacja spółki Orbis S.A. wówczas, zgodnie z art. 24 ust. 3 Ustawy o Obligacjach, Obligacje podlegają natychmiastowemu wykupowi z dniem otwarcia likwidacji, chociażby termin ich wykupu jeszcze nie nastąpił.

7.5.2 Ryzyko wcześniejszego wykupu Obligacji na żądanie Obligatariusza

Warunki Emisji Obligacji zawierają szereg klauzul, których naruszenie daje prawo obligatariuszowi (po spełnieniu określonych działań i wypełnieniu odpowiedniej procedury) do żądania wcześniejszego wykupu Obligacji przez Orbis S.A. Istnieje ryzyko, że w przypadku zażądania wcześniejszego wykupu Obligacji, Orbis S.A. nie będzie posiadał wystarczających środków na realizację takiego żądania wcześniejszego wykupu Obligacji. Spółka podkreśla jednak, że Obligacje zostały zabezpieczone hipotekami ustanowionymi na nieruchomościach Emitenta (hotelach), których wartość przewyższa wartość wyemitowanych Obligacji.

INFORMACJE DODATKOWE



Novotel Kraków West City

8 INFORMACJE DODATKOWE

8.1 Nakłady inwestycyjne

W I półroczu 2016 roku nakłady inwestycyjne Grupy Orbis wyniosły 200,8 mln zł (27,2 mln zł w analogicznym okresie poprzedniego roku).

Nakłady inwestycyjne Grupy	I półrocze 2016	I półrocze 2015
Projekty rozwojowe	50 811	18 014
Wykup hoteli z leasingu	123 969	0
Pozostałe nakłady	26 038	9 180
Razem	200 818	27 194

Główne wydatki inwestycyjne poniesione w I półroczu 2016 roku przeznaczono na wykup dwóch hoteli leasingowanych dotychczas przez spółkę Accor-Pannonia Hotels Zrt. Transakcja dotyczyła hotelu ibis Budapest Heroes Square (139 pokoi) oraz hotelu Mercure Budapest City Center (227 pokoi). Wykup hoteli z leasingu ma na celu optymalizację działalności hotelowej prowadzonej przez Grupę Orbis, w tym w szczególności wyeliminowanie kosztów ponoszonych z tytułu leasingu. Łączna cena netto zapłacona przez Accor-Pannonia Hotels Zrt. z tytułu nabycia wymienionych hoteli wyniosła 27,5 mln EUR, z czego 16,0 mln EUR zostało sfinansowane z pożyczki udzielonej spółce węgierskiej przez Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A.

Nakłady poniesione w I półroczu 2016 roku przeznaczono również na projekty rozwojowe Orbis S.A. Wydatki w wysokości 50,8 mln zł dotyczyły następujących inwestycji:

- Mercure Kraków Stare Miasto. W I półroczu 2016 roku kontynuowano prace związane z rozpoczętą w 2015 roku budową nowego hotelu w centrum Krakowa. Ukończono stan surowy budynku, wykonano elewację oraz montaż instalacji technicznych. Rozpoczęła się faza zamówień wyposażenia pokoi, powierzchni ogólnodostępnej i zaplecza hotelu oraz przystąpiono do prac wykończeniowych. Zakończenie budowy planowane jest na koniec III kwartału 2016 roku.
- ibis Gdańsk Stare Miasto. Ukończono stan surowy hotelu oraz uzyskano pozwolenie na użytkowanie. Zakończono również budowę parkingu zewnętrznego dla gości. Aktualnie hotel znajduje się w fazie montażu wyposażenia. Zakończenie prac planowane jest na koniec III kwartału 2016 roku.
- Orbis Wrocław. W ramach trwającej od 2015 roku modernizacji byłego hotelu Orbis Wrocław i jego podziałem na dwa hotele różnych marek, 1 kwietnia 2016 roku została oddana do dyspozycji gości część hotelu, w której zlokalizowany jest ibis. Aktualnie trwa kolejna faza modernizacji, na czterech piętrach pokoi Novotel oraz w części ogólnodostępnej Novotel, w tym między innymi w obrębie sal konferencyjnych, lobby, restauracji oraz na zapleczu hotelu. Obecnie prace dobiegają końca, trwa kompletowanie wyposażenia hotelu Novotel. Zakończenie modernizacji części Novotel planowane jest w III kwartale 2016 roku.
- Novotel Poznań Centrum. Rozpoczęła się modernizacja hotelu zaplanowana na lata 2016 – 2017 związana z podziałem hotelu i częściową zmianą marki na ibis. W I półroczu trwały prace związane z wykonaniem pokoi wzorcowych oraz prace projektowe. Modernizacja pokoi realizowana będzie w 4 etapach. Etap I rozpocznie się na przełomie II i III kwartału br., ostatni zostanie uruchomiony w III kwartale 2017 roku.

Pozostałe środki wydane w I półroczu 2016 roku (26,0 mln zł) przeznaczono na podniesienie standardu hoteli funkcjonujących w Grupie, podwyższenie poziomu bezpieczeństwa, ochrony przeciwpożarowej oraz nakłady w obszarze IT.

Do najważniejszych inwestycji zrealizowanych w I półroczu 2016 roku zaliczyć można modernizację i rebranding hoteli Mercure Budapest Duna oraz Mercure Budapest Metropol na markę ibis Styles (ibis Styles Budapest Center oraz ibis Styles Budapest City). Pozostałe wydatki przeznaczono m.in. na zmianę aranżacji pokoi w hotelu Sofitel Grand w Sopocie, modernizację lobby i restauracji w hotelu Novotel Szczecin Centrum, modernizację sal konferencyjnych wraz z wymianą wyposażenia w hotelach Novotel Gdańsk Marina oraz Novotel Poznań Centrum, remont restauracji w hotelu Novotel Kraków West City, modernizację lobby, recepcji oraz baru do standardu Wine Stone w hotelu Mercure Poznań Centrum oraz Mercure Wrocław Centrum. Prace modernizacyjne prowadzono również w wybranych hotelach marki ibis oraz ibis budget.

W zakresie wydatków na informatykę w I połowie 2016 roku zakończony został projekt kompleksowej wymiany systemów recepcyjnych we wszystkich hotelach Grupy Orbis w Polsce. W II połowie 2016 roku wznowiony będzie projekt wdrożenia profesjonalnej usługi dostępu do internetu WiFi w oparciu o najnowsze rozwiązania bezprzewodowe. Inwestycje w WiFi oraz nowe systemy iPMS, poza możliwością zaoferowania gościom najwyższej jakości usług, czynią Grupę Orbis w pełni gotową na nowe projekty w ramach realizowanego od 2015 roku „Digital Planu”. Pozostałe nakłady w zakresie informatyki dotyczyły planowej wymiany i modernizacji elementów istniejącej infrastruktury IT w hotelach i Biurze Zarządu, wynikającej z okresu eksploatacji, polityki bezpieczeństwa, eliminacji przestarzałych technologicznie rozwiązań oraz bieżących potrzeb biznesowych.

8.2 Pracownicy

W I półroczu 2016 roku przeciętne zatrudnienie w Grupie Kapitałowej Orbis wynosiło 3 857 etatów i wzrosło o blisko 3% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Przeciętne zatrudnienie w etatach	I półrocze 2016	I półrocze 2015	Zmiana w %
Polska	2 500	2 460	1,6%
Węgry	884	838	5,5%
Czechy	212	203	4,4%
Pozostałe kraje	261	244	7,0%
Razem	3 857	3 745	3,0%

W I półroczu 2016 roku Grupa Hotelowa Orbis zrealizowała w formie tradycyjnych, jak i e-learningowych szkoleń, ponad 4 100 dni szkoleniowych dla blisko 2 660 pracowników (5 611 uczestników).

8.3 Ludzie i społeczna odpowiedzialność (CSR)

Interesariusze Grupy Orbis – pracownicy, akcjonariusze, partnerzy biznesowi, inwestorzy, analitycy oraz goście oczekują przejrzystości i wiarygodności a więc dokładnie tego, do czego dążymy. Z myślą o zapewnieniu przejrzystości działań Spółki, Orbis podjął decyzję o stosowaniu „Dobrych praktyk spółek notowanych na GPW”. W wyniku tej decyzji, w pierwszej połowie 2016 roku, opracowano i wdrożono 3 wiążące dokumenty: „Kartę Etyki i Społecznej Odpowiedzialności”, „Politykę Różnorodności Orbis”, mającą na celu promowanie równości w miejscu pracy i zapobieganie dyskryminacji, by każdy pracownik miał nieograniczoną możliwość zawodowego rozwoju w ramach Spółki, oraz „Politykę Sponsoringową Grupy Hotelowej Orbis”.

W obszarze zarządzania zasobami ludzkimi, Orbis skupił uwagę na przyciągnięciu i utrzymaniu najbardziej obiecujących talentów oraz na wspieraniu swoich pracowników w epoce cyfryzacji i zmiany kulturowej całej firmy. W związku z tym programy szkoleniowe w pierwszej połowie 2016 roku koncentrowały się nie tylko na umiejętnościach technicznych – m.in. poprzez serię szkoleń pt. „Digital Deployment Days”, lecz również na nowoczesnym przywództwie i rozwijaniu umiejętności miękkich w ramach programu „Happy Guest Come Back”, który dostarczył 130 godzin zajęć warsztatowych z zakresu obsługi mediów społecznościowych i dotarł do przedstawicieli 100 hoteli w regionie. Ponadto, w ramach strategii gastronomicznej, Orbis inwestuje również w poszerzanie perspektyw zawodowych młodych kucharzy za pośrednictwem programu „Culinary Excellence”, cyklu warsztatów łączących od stycznia do końca czerwca 2016 roku ponad 200 beneficjentów (szefów kuchni, ekspertów zewnętrznych i młode talenty ze szkół zawodowych w całej Polsce). Z uwagi na popularność i sukces biznesowy programu „Culinary Excellence”, został on wdrożony w Warszawie, Trójmieście, Krakowie, Wrocławiu i w Poznaniu, a w dalszej perspektywie jest rozważany rozwój poza Polską na takich rynkach jak Budapeszt.

Jako wiodący pracodawca wywierający szczególny wpływ na kwestie społeczne w Europie Wschodniej, od początku roku Orbis zaangażował się w kampanię „HeForShe” organizowaną przez UN Women mającą na celu zaangażowanie większej liczby mężczyzn w poprawę sytuacji kobiet w swoim regionie. Ustalono dokładne cele, których osiągnięcie zaplanowano na rok 2017: zrozumienie i większe zaangażowanie pracowników płci męskiej w kampanię HeForShe, dążenie do parytetu płac, większa reprezentacja kobiet w kadrze zarządzającej Grupy Orbis, pogłębianie wiedzy o ewolucji „idealnego pracownika” oraz zmianach w branży hotelarskiej.

Ponadto, za pośrednictwem korporacyjnej sieci kobiet „Women At AccorHotels Generation” (WAAG) obejmującej obecnie ponad 220 osób w Grupie Orbis, w pierwszej połowie 2016 roku przeprowadziliśmy serię warsztatów z zakresu rozwoju kompetencji miękkich i rozpoczęliśmy kolejne edycje programu mentoringowego dla pracowników Grupy Orbis w Polsce, Czechach, Rumunii i Bułgarii. W Polsce prawie 100 beneficjentów skorzystało z warsztatów „Szczęście w pracy” koncentrując się na rozwijaniu umiejętności miękkich, a w Rumunii blisko 20 beneficjentek rozpoczęło serię warsztatów z zakresu przywództwa kobiet, które są motorem dalszych sukcesów zawodowych członków WAAG. Aktualnie, 40% dyrektorów hoteli Grupy Orbis to kobiety i firma dokłada wszelkich starań, aby zachować równowagę płci w kadrze zarządzającej.

W ramach naszego zobowiązania do ochrony dzieci i przy wsparciu Fundacji „Dzieci Niczyje”, w pierwszej połowie tego roku, poza przeszkoleniem 50 pracowników hoteli, poszerzyliśmy politykę prewencji na swoich biznesowych partnerów oferując szkolenia prawie 130 pracownikom firm ochroniarskich świadczących codzienne profesjonalne usługi na rzecz hoteli Grupy Orbis w Polsce. Rozwinięcie prewencji w ten sposób umożliwi nam bycie jeszcze bardziej efektywnym i skutecznym w walce przeciwko wykorzystywaniu seksualnemu dzieci i młodzieży w turystyce.

W zakresie ochrony środowiska, Orbis dalej realizował program „Plant for the Planet” w 2 krajach: w Rumunii przy współpracy z fundacją Mihai Emiscu Trust (program zalesiania, dzięki któremu blisko 2 miliony drzew zostały już zasadzone w Transylwanii) oraz w Polsce przy współpracy z fundacją AgriNatura, gdzie zasadzono już prawie 3 000 organicznych drzew owocowych dawnych polskich odmian – m.in. kosztela, niosąc tym samym konkretną pomoc rolnikom posiadającym bardzo małe arealy ziemskie i dla których prowadzenie małego gospodarstwa ekologicznego stało się jedynym źródłem utrzymania. Co więcej, pierwsza połowa 2016 roku była również czasem intensywnych prac przygotowawczych do wprowadzenia programu odpowiedzialności społecznej „Planet 21” z nowymi celami na lata 2016-2020, w tym wdrożenie „Karty Zdrowej i Zrównoważonej Żywności” w hotelach ze szczególną uwagą na takie cele jak zmniejszenie odpadów żywnościowych o 30% w 2020 roku, faworyzowanie lokalnych dostawców, promocja produktów pochodzących z ekologicznych i zrównoważonych upraw. W związku z powyższym, w pierwszych miesiącach 2016 roku, menu w restauracjach NOVO² i Winestone zostało odświeżone wg. wytycznych z „Karty Zdrowej i Zrównoważonej Żywności”.

Dodatkowo, z inicjatywy pracowników hotelu ibis Bucharest Gara de Nord (Rumunia), w miejscowości Ciocanari (Rumunia), powstał projekt „Bio & Co” prowadzony z fundacją Ateliere Fara Frontiere i począwszy od kwietnia 2016 roku pomagamy 20 osobom w bardzo ciężkiej sytuacji życiowej stać się bardziej samodzielnymi w życiu poprzez program szkoleń a następnie pracy zawodowej w obszarze ekologicznego rolnictwa. Warto podkreślić, iż gospodarstwo to zużywa odpady jedzeniowe z hoteli jako naturalny nawóz a produkty – warzywa i owoce, z tego projektu są dostarczane do hoteli Grupy Orbis w Bukareszcie, stwarzając w ten sposób gospodarkę obiegową. Korporacyjna fundacja „Solidarity AccorHotels” dofinansowała ten projekt w wysokości 23 tys. euro.

8.4 Struktura akcjonariatu

Na dzień 30 czerwca 2016 roku na kapitał zakładowy Orbis S.A. składał się kapitał zakładowy wykazywany w wysokości określonej w statucie i wpisanej w rejestrze sądowym, skorygowany odpowiednio w celu uwzględnienia skutków hiperinflacji, tj.:

- Liczba akcji: 46 077 008,
- Wartość nominalna jednej akcji: 2 zł,
- Kapitał zakładowy określony w statucie Orbis S.A.: 92 154 tys. zł,
- Hiperinflacyjne przeszacowanie wartości kapitału: 425 600 tys. zł,
- Wartość bilansowa kapitału zakładowego: 517 754 tys. zł.

Stan posiadania akcji Orbis S.A., ustalony na podstawie listy akcjonariuszy uprawnionych do wzięcia udziału w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu zwołanym na dzień 02.06.2016 roku, jest następujący:

Podmiot	Liczba akcji i głosów	% ogólnej liczby akcji i głosów na WZ
Accor S.A.	24 276 415	52,69
<i>w tym: spółka zależna Accor S.A. – Accor Polska Sp. z o.o.</i>	<i>2 303 849</i>	<i>4,99</i>
Aviva Otwarty Fundusz Emerytalny Aviva BZ WBK	4 589 000	9,96
Amplico Otwarty Fundusz Emerytalny oraz Metlife Amplico Dobrowolny Fundusz Emerytalny zarządzane przez Amplico Powszechnie Towarzystwo Emerytalne	3 600 000	7,81
Nationale-Nederlanden Otwarty Fundusz Emerytalny	3 448 653	7,48
Pozostali	10 162 940	22,06

W ciągu I półroczu 2016 roku wartość kapitału zakładowego Orbis S.A. nie uległa zmianie.

Na dzień publikacji raportu, Spółka nie posiadała informacji na temat umów, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach akcji posiadanych przez dotychczasowych akcjonariuszy.

Inwestorem strategicznym Orbis S.A. jest Accor S.A. – wiodący, światowy operator hotelowy.

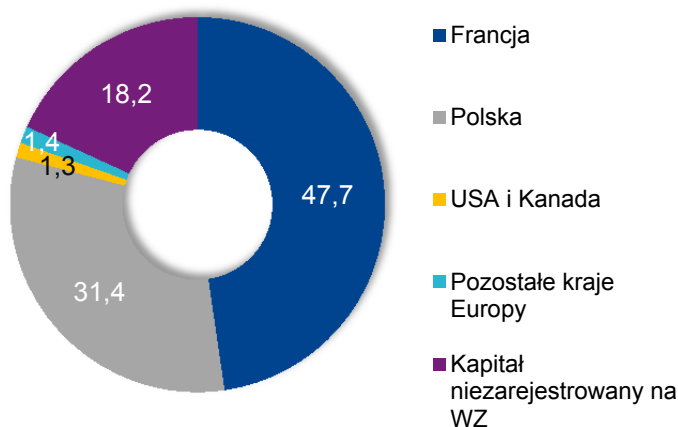
Na dzień publikacji raportu Wiceprezes Zarządu, Pan Ireneusz Andrzej Węglowski, posiadał 3 000 akcji Orbis S.A. Pozostali członkowie Zarządu nie posiadali akcji Spółki.

Wśród członków Rady Nadzorczej jedynie Pan Jacek Kseń posiadał 2 010 akcji Orbis S.A.

W I półroczu 2016 roku stan posiadania akcji Orbis S.A. przez członków Zarządu i Rady Nadzorczej nie zmienił się.

Akcjonariusze wg kraju pochodzenia*

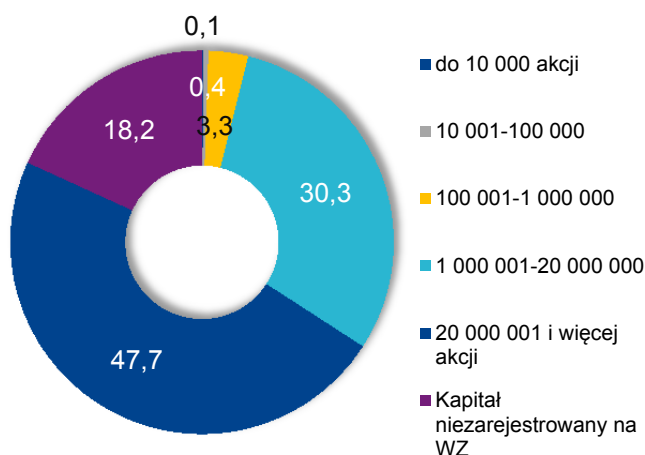
Kraje	Ogólna liczba akcji
Francja	21 972 566
Polska	14 459 805
USA i Kanada	595 051
Pozostałe kraje	672 076
Akcjonariat niezarejestrowany na WZ	8 377 510
Razem	46 077 008



*Symulacja na podstawie listy akcjonariuszy uprawnionych do wzięcia udziału w Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniu zwołanym na dzień 02.06.2016 roku. Lista ta obejmowała akcjonariuszy reprezentujących 81,82% kapitału zakładowego (wg stanu na dzień jej sporządzenia).

Akcjonariusze wg liczby zarejestrowanych akcji na WZ

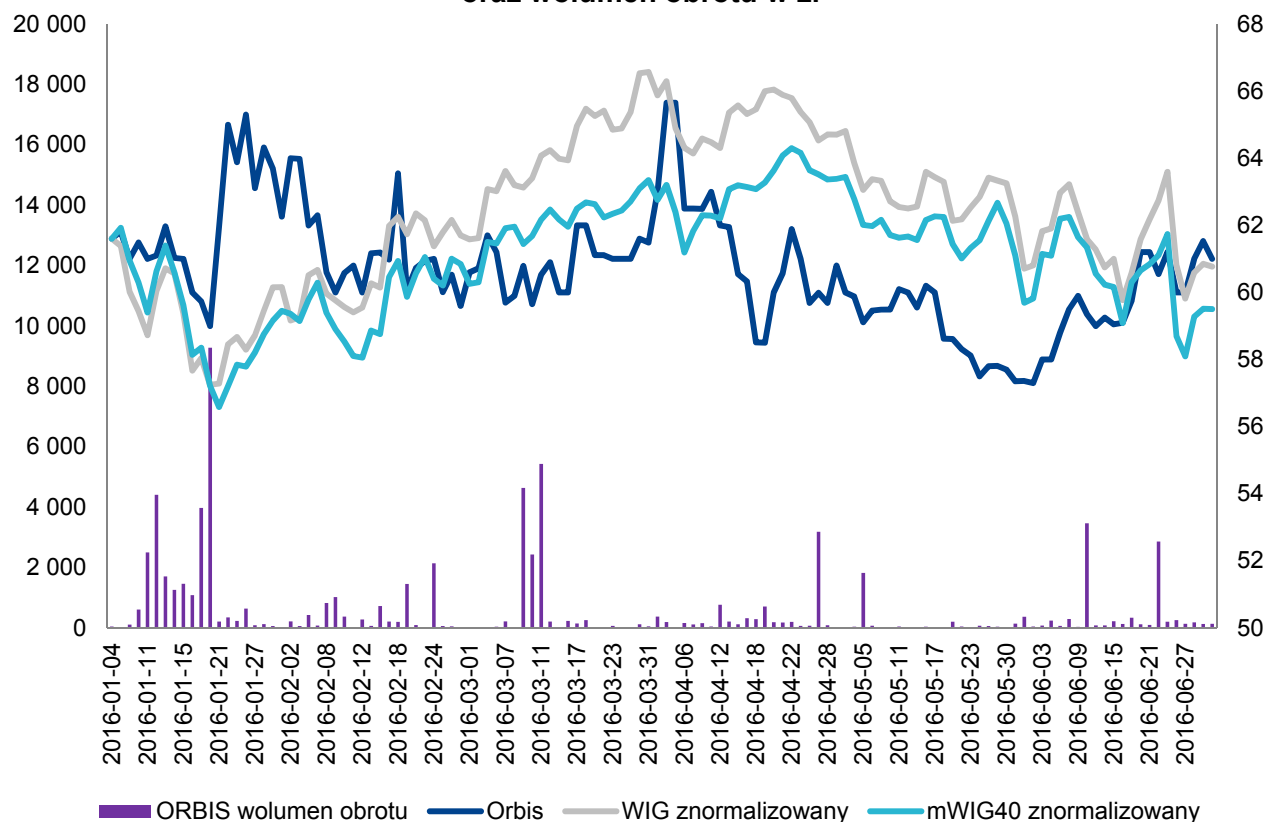
Liczba zarejestrowanych akcji	Ogólna liczba akcji
do 10 000 akcji	55 229
10 001-100 000	193 719
100 001-1 000 000	1 536 482
1 000 001-20 000 000	13 941 502
20 000 001 i więcej akcji	21 972 566
Akcjonariat niezarejestrowany na WZ	8 377 510
Razem	46 077 008



8.5 Notowania akcji

W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2016 roku kurs akcji spółki Orbis znajdował się w przedziale 57,30 zł - 65,65 zł. Rozpiętość pomiędzy notowaniem najwyższym i najniższym wyniosła 8,35 zł, co stanowiło 15% ceny najniższej. Kurs akcji Orbis zakończył I półrocze 2016 roku na poziomie zbliżonym do indeksu WIG i 2,5% powyżej indeksu mWIG40. Najwyższe notowanie miało miejsce 4 kwietnia 2016 roku, kiedy kurs akcji osiągnął poziom 65,65 zł. Średni obrót akcjami Orbisu w 2016 roku wyniósł 9,5 tys. sztuk. Na dzień 30 czerwca 2016 roku kurs akcji Orbisu wyniósł 61,00 zł i pozostał na zbliżonym poziomie w porównaniu do notowania z początku roku.

**Kurs akcji Orbis S.A. w I półroczu 2016 roku
(31.12.2015=100,0%)
oraz wolumen obrotu w zł**



8.6 Władze statutowe Spółki

W dniu 2 czerwca 2016 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Orbis S.A. powołało Radę Nadzorczą X kadencji.

W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2016 roku Radę Nadzorczą Orbis S.A. stanowili:

- Jan Ozinga – Przewodniczący (funkcja Przewodniczącego od 2 czerwca 2016 roku, do 2 czerwca 2016 roku Członek Rady Nadzorczej),
- Bruno Coudry – Członek,
- Artur Gabor – Członek niezależny,
- Christian Karaoglanian – Członek,
- Jacek Kseń – Członek niezależny,
- Jean-Jacques Morin – Członek (powołany w skład Rady Nadzorczej 2 czerwca 2016 roku),
- Laurent Picheral – Członek,
- Andrzej Procajło – Członek,
- Andrzej Przytuła – Członek,
- Jarosław Szymański – Członek,
- Sophie Isabelle Stabile – Przewodnicząca (mandat Członka Rady Nadzorczej wygaś 2 czerwca 2016 roku).

W okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2016 roku w skład Zarządu Orbis S.A. wchodził:

- Gilles Clavie – Prezes Zarządu, Dyrektor Generalny,
- Ireneusz Węglowski – Wiceprezes Zarządu,
- Marcin Szewczykowski – Członek Zarządu, Dyrektor Finansowy.
- Dominik Sołtysik – Członek Zarządu (od 2 czerwca 2016 roku).

W dniu 2 czerwca Rada Nadzorcza powołała na stanowisko Członka Zarządu Orbis S.A. Pana Dominika Sołtysika.

8.7 Podmiot uprawniony do badania sprawozdania finansowego

Audytorem badającym sprawozdania finansowe Grupy Kapitałowej Orbis oraz Orbis S.A. jest firma Deloitte Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa, wpisana na listę podmiotów uprawnionych pod numerem ewidencyjnym 73 prowadzoną przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów.

Aktualnie w Orbis S.A. nie ma reguły dotyczącej dokonywania zmiany podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych.

8.8 Relacje inwestorskie

Wypełniając w pełni obowiązki informacyjne, Orbis S.A. prowadzi jednocześnie otwartą politykę informacyjną. Zarząd Spółki komentuje i odpowiada na pytania inwestorów podczas telekonferencji organizowanych po publikacji wyników kwartalnych. W siedzibie Spółki organizowane są również spotkania indywidualne z inwestorami i analitykami. Przedstawiciele Spółki uczestniczą w tzw. „Investor’s Day” organizowanych przez instytucje finansowe.

W pierwszym półroczu 2016 roku Orbis S.A. przeprowadził:

- spotkania z okazji publikacji wyników za 2015 rok
- telekonferencję prezentującą wyniki I kwartału 2016 roku
- road show w związku z emisją obligacji.

Wszystkie dane finansowe i informacje publikowane przez Orbis dostępne są na stronie internetowej www.orbis.pl. Zakładki poświęcone tematom korporacyjnym są aktualizowane i uzupełniane nowymi treściami, zgodnie z potrzebami zgłaszanymi przez użytkowników serwisu. Na stronie internetowej Spółki funkcjonuje również platforma „Orbis TV”, gdzie można śledzić transmisje video z wydarzeń korporacyjnych on-line. Zawiera ona również archiwum filmów, reportaży i wywiadów dotyczących Orbisu. Dla ułatwienia komunikacji, zwłaszcza z inwestorami indywidualnymi, po publikacji wyników kwartalnych prowadzony jest „czat na żywo”. Serwis inwestorski spełnia kryteria stawiane emitentom przez Giełdę Papierów Wartościowych, umożliwia wyszukiwanie archiwalnych raportów bieżących i okresowych wysyłanych przez Spółkę przez system ESPI czy śledzenie kursu akcji.

Orbis S.A. jest członkiem wspierającym Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych, reprezentującego środowisko spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Dba też o pozytywny wizerunek wśród inwestorów indywidualnych i opinii publicznej; inicjuje i realizuje projekty z zakresu Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.

ZAŁĄCZNIK: SŁOWNIK TERMINÓW

ARR (ang. Average Room Rate) – średnia cena za pokój – przychody z usług noclegowych podzielone przez liczbę sprzedanych pokojonocy

CAPEX (ang. Capital Expenditure) – nakłady inwestycyjne

CSR (ang. Corporate Social Responsibility) – Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

EBIT – (ang. Earning Before Interest & Taxes) – wynik z działalności operacyjnej przed uwzględnieniem odsetek i podatków

EBITDA (ang. *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*) – wynik operacyjny przed uwzględnieniem amortyzacji, wyniku na działalności finansowej i podatku

EBITDAR (ang. Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, Amortization, and Rent Costs) - wynik operacyjny przed uwzględnieniem kosztów wynajmu nieruchomości, amortyzacji, wpływu zdarzeń jednorazowych, wyniku na działalności finansowej i podatku

Frekwencja – pokoje zajęte przez gości hotelowych jako procent wszystkich dostępnych pokoi

Hotele ekonomiczne – jeden z dwóch sprawozdawczych segmentów operacyjnych Grupy Orbis, do którego należą hotele marki ibis, ibis Styles oraz ibis budget

Hotele Up&Midscale – jeden z dwóch sprawozdawczych segmentów operacyjnych Grupy Orbis, do którego należą hotele marki Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Mercure oraz Orbis Hotel

Le Club Accorhotels (LCAH) - bezpłatny program lojalnościowy hoteli Grupy Accor, w którym można zbierać punkty nie tylko w hotelach marek Accor, ale także u partnerów Grupy m.in.: w ponad 20 liniach lotniczych takich jak Air France czy Lufthansa. Club Accorhotels jest w 100 proc. internetowy, wszelkie korzyści dostępne są on-line, gdzie Członek Programu może zarządzać swoimi preferencjami, sprawdzić rezerwacje, wybrać nagrody i skorzystać ze spersonalizowanych ofert w preferencyjnych cenach

MICE (ang. Meetings Incentives Conventions and Events) – turystyka biznesowa; segment turystyki, w którym podróże związane są z wykonywanym zawodem

NOVO² - połączenie baru i restauracji w hotelach Novotel. NOVO² opiera się na trzech wartościach: Vitality (zdrowie) polega na doborze produktów ekologicznych i zbilansowanym menu; Connect-ainment (rozrywka) ma sprawić, że dzięki międzynarodowemu wystrojowi i kuchni każdy gość będzie czuł się swobodnie; Imagination (inspiracje) przejawia się w prezentowaniu najciekawszych kulinarnych trendów z całego świata

RevPAR (ang. revenue per available room) – przychód na jeden dostępny pokój - przychody z usług noclegowych podzielone przez liczbę dostępnych pokoi (może być skalkulowany jako frekwencja pomnożona przez średnią cenę za pokój)

WineStone – koncept restauracji w hotelach marki Mercure, oparty na dwóch elementach: kolekcji win (Wine) wyselekcjonowanych na podstawie wiedzy i doświadczenia sommelierów, oraz dań podawanych na „les planches” – kamiennych deskach (Stone), rodem z najmodniejszych francuskich restauracji

Wyniki „like-for-like” – wyniki dla porównywalnej bazy hotelowej, nie uwzględniają wyników sprzedanych, zamkniętych oraz nowootwartych hoteli

PODPISY WSZYSTKICH CZŁONKÓW ZARZĄDU

Data	Imię i nazwisko	Stanowisko/Funkcja	Podpis
2016.07.27	Gilles Stephane Clavie	Prezes Zarządu	
2016.07.27	Ireneusz Andrzej Węglowski	Wiceprezes Zarządu	
2016.07.27	Dominik Sołtysik	Członek Zarządu	
2016.07.27	Marcin Szewczykowski	Członek Zarządu	

OŚWIADCZENIA ZARZĄDU



Ibis Poznań Północ

OŚWIADCZENIA ZARZĄDU

Prawdziwość i rzetelność prezentowanych sprawozdań

Zarząd Orbis S.A. oświadcza, że według jego najlepszej wiedzy skrócone śródroczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej Orbis za I półrocze 2016 roku oraz dane porównywalne za I półrocze 2015 roku i za rok 2015 sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi w Grupie zasadami rachunkowości oraz Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej i odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej Orbis oraz jej wynik finansowy.

Jednocześnie Zarząd Orbis S.A. oświadcza, że według jego najlepszej wiedzy dołączone skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe Orbis S.A. za I półrocze 2016 roku oraz dane porównywalne za I półrocze 2015 roku i za rok 2015 sporządzone zostały zgodnie z przyjętą w Spółce polityką rachunkowości oraz Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej i odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową oraz wynik finansowy Orbis S.A.

Zawarte w niniejszym dokumencie sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Orbis w I półroczu 2016 roku zawiera prawdziwy obraz rozwoju, osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej Orbis, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Wybór podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Zarząd Orbis S.A. oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący przeglądu skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego Orbis S.A. oraz skróconego śródrocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Orbis za I półrocze 2016 roku, został wybrany zgodnie z przepisami prawa. Podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący tego przeglądu, spełnili warunki do wydania bezstronnego i niezależnego raportu z przeglądu, zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi.

Podpisy Członków Zarządu Orbis S.A.:



Gilles Clavie

Prezes Zarządu, Dyrektor Generalny



Ireneusz Węglowski

Wiceprezes Zarządu



Dominik Sołtysik

Członek Zarządu



Marcin Szewczykowski

Członek Zarządu, Dyrektor Finansowy

Warszawa, 27 lipca 2016 roku