

**Sprawozdanie Zarządu  
z Działalności Orbis S.A.  
za 2005 r.**

**2 czerwca 2006 r.**

## SPIS TREŚCI

|                                                                                                                               |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>SPIS TREŚCI .....</b>                                                                                                      | <b>2</b>  |
| <b>1. CHARAKTERYSTYKA SPÓŁKI ORBIS S.A.....</b>                                                                               | <b>3</b>  |
| 1.1. PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA ORBIS S.A. ....                                                                  | 3         |
| 1.2. SKŁAD AKCJONARIATU SPÓŁKI .....                                                                                          | 4         |
| 1.3. KURS AKCJI ORBIS .....                                                                                                   | 4         |
| 1.4. SKŁAD ORGANÓW SPÓŁKI, ZARZĄDZAJĄCEGO I NADZORUJĄCEGO .....                                                               | 5         |
| 1.5. PODMIOTY WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY KAPITAŁOWEJ ORBIS .....                                                                 | 6         |
| <b>2. CZYNNIKI ISTOTNE DLA ROZWOJU SPÓŁKI W TYM OPIS PODSTAWOWYCH RYZYK I ZAGROŻEŃ;<br/>PERSPEKTYWY ZMIAN CZYNNIKÓW .....</b> | <b>7</b>  |
| 2.1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE .....                                                                                                | 7         |
| 2.1.1 CZYNNIKI MAKROEKONOMICZNE .....                                                                                         | 7         |
| 2.1.2 KONKURENCJA I RYNEK USŁUG TURYSTYCZNYCH .....                                                                           | 8         |
| 2.1.3 OTOCZENIE PRAWNE .....                                                                                                  | 10        |
| 2.2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE .....                                                                                                | 10        |
| 2.2.1 STRATEGIA .....                                                                                                         | 10        |
| 2.2.2 PROGRAM INWESTYCJI .....                                                                                                | 11        |
| 2.2.3 POLITYKA SPÓŁKI W ZAKRESIE RELACJI INWESTORSKICH .....                                                                  | 12        |
| 2.2.4 SPRAWY KORPORACYJNE .....                                                                                               | 13        |
| 2.2.5 MARKETING I PROMOCJA SPÓŁKI .....                                                                                       | 13        |
| 2.2.6 ZATRUDNIENIE I KOSZTY OSOBOWE .....                                                                                     | 15        |
| 2.2.7 INNE ISTOTNE CZYNNIKI WEWNĘTRZNE .....                                                                                  | 16        |
| <b>3. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT .....</b>                                                                                       | <b>17</b> |
| <b>4. WYNIKI OPERACYJNE HOTELI .....</b>                                                                                      | <b>18</b> |
| <b>5. BILANS .....</b>                                                                                                        | <b>20</b> |
| 5.1. AKTYWA TRWAŁE .....                                                                                                      | 20        |
| 5.2. AKTYWA OBROTOWE .....                                                                                                    | 20        |
| 5.3. ZOBOWIĄZANIA I REZERWY DŁUGOTERMINOWE .....                                                                              | 20        |
| 5.4. ZOBOWIĄZANIA I REZERWY KRÓTKOTERMINOWE .....                                                                             | 21        |
| 5.5. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK .....                                                                          | 21        |
| <b>6. RACHUNEK PRZEPŁYWÓW ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH .....</b>                                                                       | <b>22</b> |
| <b>7. ANALIZA WSKAŹNIKOWA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH .....</b>                                                                    | <b>23</b> |
| 7.1. WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI .....                                                                                              | 23        |
| 7.2. WSKAŹNIKI AKTYWNOŚCI .....                                                                                               | 24        |
| 7.3. WSKAŹNIKI FINANSOWANIA .....                                                                                             | 24        |
| 7.4. INNE WSKAŹNIKI OCENY EFEKTYWNOŚCI .....                                                                                  | 25        |
| <b>8. ISTOTNE WYDARZENIA PO ZAKOŃCZENIU OKRESU SPRAWOZDAWCZEGO .....</b>                                                      | <b>26</b> |
| <b>9. PLANY NA NASTĘPNE OKRESY .....</b>                                                                                      | <b>26</b> |

# **1. CHARAKTERYSTYKA SPÓŁKI ORBIS S.A.**

## **1.1. PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA ORBIS S.A.**

Orbis Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie powstała w wyniku przekształcenia Państwowego Przedsiębiorstwa Orbis, na podstawie ustawy z dnia 13 lipca 1990 r. o prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych (Dz.U. z 1990 r. nr 51 poz. 298 z późn. zm.). Dnia 17 grudnia 1990 r. został sporządzony akt notarialny przekształcenia Przedsiębiorstwa Państwowego Orbis w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa (Akt Notarialny nr Rep. A 1882/90).

W dniu 9 stycznia 1991 r. Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy Wydział XVI Gospodarczy wydał postanowienie o wpisaniu ORBIS Spółki Akcyjnej do rejestru handlowego (RHB 25134).

Dnia 28 czerwca 2001 r. Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XIX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał wpisu Orbis Spółki Akcyjnej do rejestru przedsiębiorców.

Orbis Spółka Akcyjna jest zarejestrowana pod numerem KRS 0000022622 w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, aktualnie XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

Spółka działa na podstawie Statutu, którego tekst jednolity został przyjęty przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Orbis Spółki Akcyjnej w dniu 10.02.2005 r. (Akt Notarialny Rep. A nr 612/2005).

Przedmiotem działalności Spółki jest między innymi:

- świadczenie usług hotelarskich i gastronomicznych wraz z usługami towarzyszącymi,
- organizację oraz obsługę krajowej i zagranicznej turystyki,
- koordynację, organizację i obsługę kongresów, zjazdów, sympozjów, konferencji, wystaw oraz innych imprez specjalistycznych wraz z imprezami towarzyszącymi,
- zarządzanie obcymi obiektami hotelowymi w ramach posiadanych systemów zarządzania
- pośrednictwo w rezerwacji i sprzedaży dokumentów przewozowych przewoźników polskich i obcych, w komunikacji krajowej i zagranicznej oraz organizacja przewozów wszelkimi środkami transportu,
- prowadzenie działalności transportowej wraz z wynajmem taboru, organizacja przewozu własnym taborem,
- prowadzenie działalności w zakresie handlu zagranicznego w szczególności związanego z przedmiotem przedsiębiorstwa Spółki,
- prowadzenie sprzedaży towarów i wyrobów krajowych oraz zagranicznych,
- prowadzenie działalności usługowo-gospodarczej w zakresie szkolenia, inwestycji i informatyki.

Wg stanu na dzień 31 grudnia 2005 r. w strukturze Orbis S.A. funkcjonowało 49 oddziałów hotelowych prowadzących hotele zlokalizowane w 29 dużych miastach i miejscowościach wypoczynkowych w Polsce, o łącznej zdolności eksploatacyjnej wynoszącej 9 231 pokoi. Liczba pokoi w odniesieniu do 2004 r. uległa zmniejszeniu w związku z przekazaniem spadkobiercom właścicieli Hotelu Europejski oraz likwidacją z dniem 31 października Oddziałów Solec, Wanda, Tranzyt i Reda. Hotele Tranzyt oraz Reda powrócą do eksploatacji po zakończeniu prac modernizacyjnych związanych z ich konwersją na hotele marki Etap, natomiast w sąsiedztwie dawnego hotelu Wanda, na działce będącej własnością Orbis S.A. zostanie wybudowany nowy hotel Etap. W miejscu zburzonego hotelu Solec również powstanie nowy hotel Etap. Działka wraz z hotelem Wanda została sprzedana.<sup>1</sup> Od listopada 2005 r. w związku z prowadzoną modernizacją został wyłączony z eksploatacji hotel Grand w Sopocie, który po zakończeniu prac zostanie włączony do Grupy, jako wysokiej klasy hotel marki Sofitel.

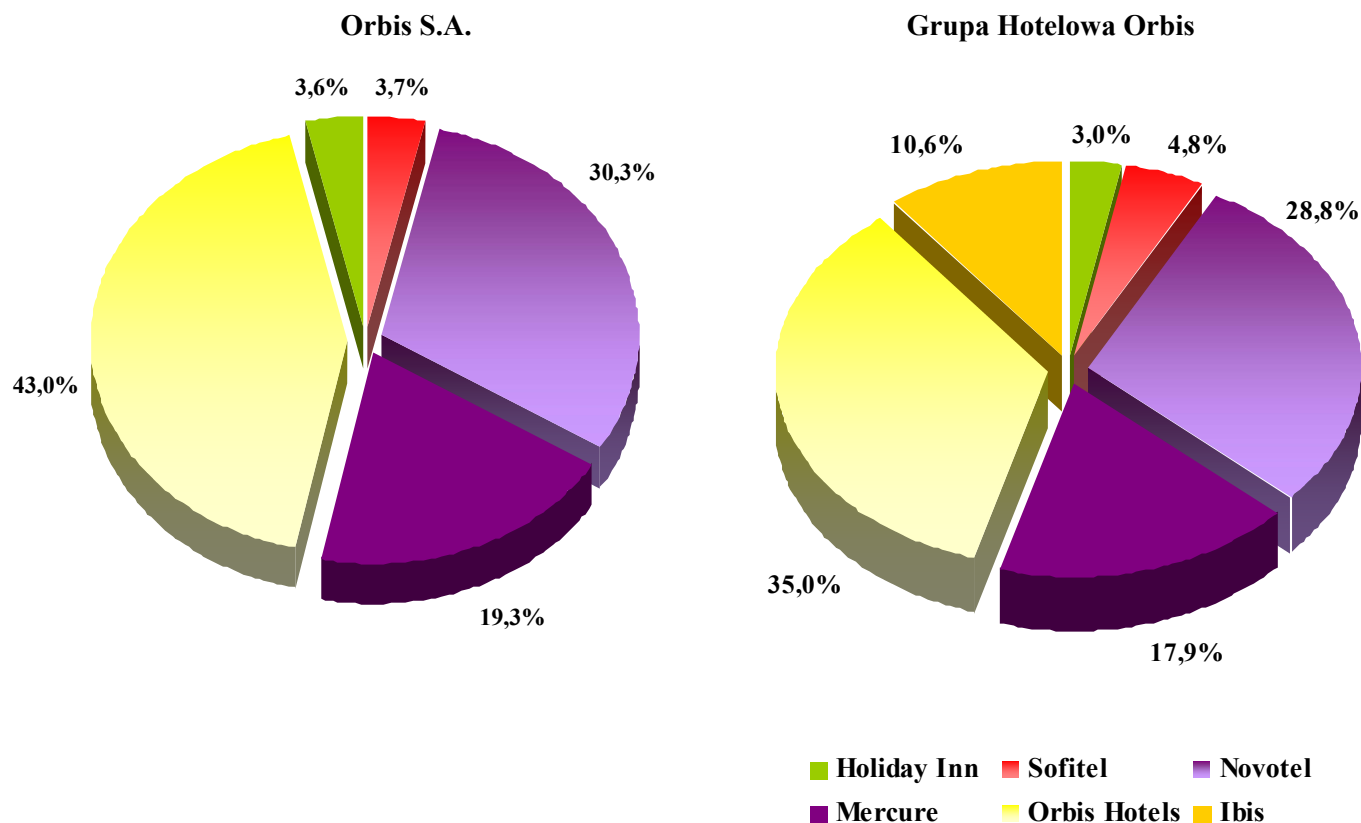
Hotele działają pod markami Accor: Sofitel, Novotel i Mercure oraz Orbis Hotels i Holiday Inn. Orbis S.A. zarządza dodatkowo, na podstawie umowy o zarządzanie, dwoma hotelami: Mercure Fryderyk Chopin w Warszawie i Sofitel Dorint we Wrocławiu. Orbis S.A. ma również podpisaną umowę franchisingową ze spółką PH Majewicz, prowadzącą hotel Pod Orłem w Bydgoszczy. Hotele spółki oferują pełną obsługę gastronomiczną, dysponują profesjonalnie wyposażonymi salami konferencyjnymi i Business Centre, posiadają zaplecze rekreacyjne i spa. Potencjał ten plasuje sieć hotelową Orbis na pierwszym miejscu w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej. Hotele zarządzane przez Orbis S.A., spółkę Hekon-Hotele

---

<sup>1</sup> Szerzej na ten temat w pkt 2.2.7 Inne istotne czynniki wewnętrzne.

Ekonomiczne S.A. oraz UAB Hekon, w tym na podstawie umów o zarządzanie tworzą łącznie Grupę Hotelową Orbis, obejmującą 63 obiekty.

**Wykres 1 Struktura pokoi hotelowych wg marek**



## 1.2. SKŁAD AKCJONARIATU SPÓŁKI

Stan posiadania akcji Orbis S.A., ustalony na dzień 31 grudnia 2005 r., w oparciu o zawiadomienia określone w art. 69 ustawy o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz spółkach publicznych przedstawiał się następująco:

**Tab. 1 Skład akcjonariatu / udziałowcy spółki**

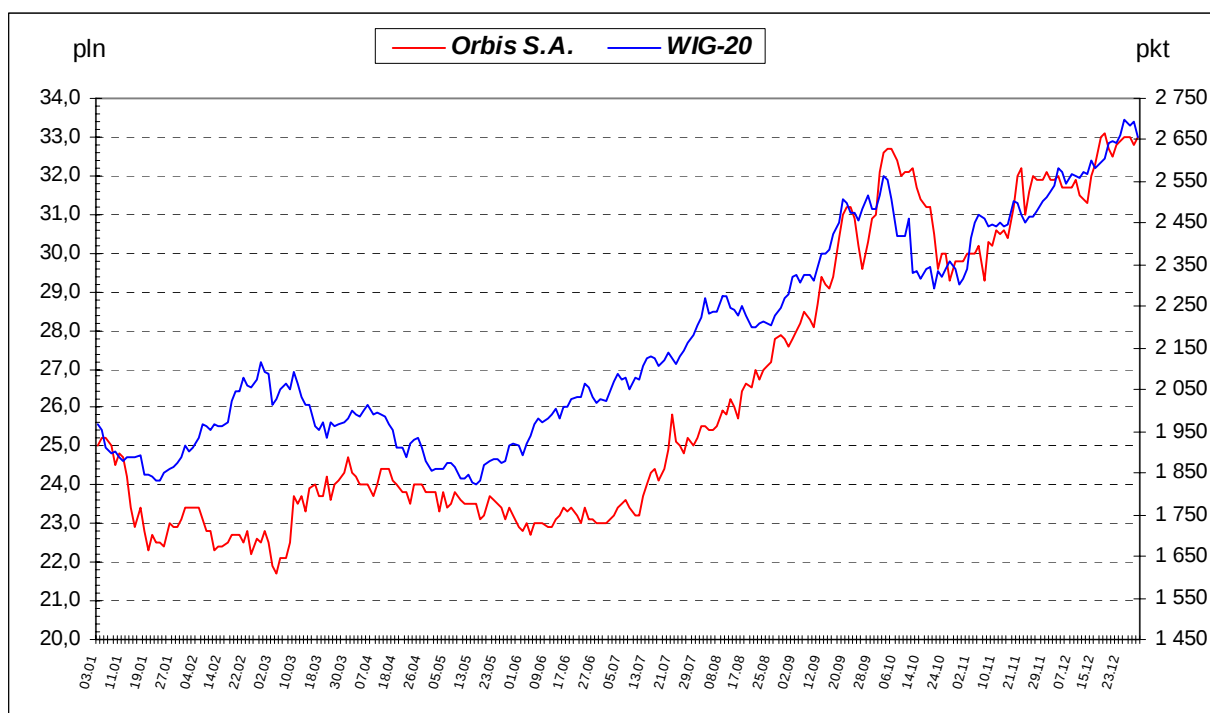
| nazwa udziałowca                                                                                                                                     | udział w kapitale<br>zakładowym |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| Accor S.A.<br>(w tym spółka zależna Accor S.A. – Societe d’Exploitation<br>HOTEK Sp. z o.o. - 4,99%)                                                 | 40,57%                          |
| ING Nationale-Nederlanden Polska Otwarty Fundusz Emerytalny                                                                                          | 5,89%                           |
| BZ WBK AIB Asset Management S.A. - klienci objęci umowami<br>o zarządzanie, fundusze inwestycyjne BZ WBK Towarzystwo<br>Funduszy Inwestycyjnych S.A. | 5,67%                           |
| Commercial Union OFE BPH CU WBK                                                                                                                      | 5,08%                           |

## 1.3. KURS AKCJI ORBIS

W okresie I-XII 2005 r. kurs akcji Orbisu znajdował się w przedziale 21,70-33,10 PLN. Rozpiętość pomiędzy notowaniem najwyższym i najniższym wyniosła 11,40 PLN, co stanowiło 52,5% ceny najniższej. Od lipca 2005 r. walory Orbisu charakteryzował trend wzrostowy, który został poddany korekcie na

początku listopada, kiedy to ponownie kontynuowana była tendencja wzrostowa. Średni dzienny obrót akcjami Orbisu w 2005 r. wyniósł 54 721 sztuk.

**Wykres 2 Kurs akcji Orbis S.A. i indeks WIG-20 w okresie I-XII 2005 r.**



#### 1.4. SKŁAD ORGANÓW SPÓŁKI, ZARZĄDZAJĄCEGO I NADZORUJĄCEGO

Skład organów Spółki, zarządzającego i nadzorującego, w okresie od 01.01.2005 r. do 31.12.2005 r. był następujący:

| Organ          | Funkcja               | Nazwisko i imię                                       |
|----------------|-----------------------|-------------------------------------------------------|
| Zarząd         | Prezes                | Jean Philippe Savoye                                  |
|                | I Wiceprezes          | Krzysztof Andrzej Gerula                              |
|                | Wiceprezes            | Andrzej Boboła Szuldrzyński (do 31.12.2005 r.)        |
|                | Wiceprezes            | Ireneusz Andrzej Węglowski                            |
|                | Członek               | Yannick Yvon Rouvrais                                 |
|                | Członek               | Alain Billy (do 10.06.2005 r.)                        |
|                | Członek               | Jolanta Wojciechowska de Cacqueray (od 10.06.2005 r.) |
| Rada Nadzorcza | Przewodniczący        | Claude Moscheni                                       |
|                | Z-ca Przewodniczącego | Erez Boniel                                           |
|                |                       | Sabina Czepielinda                                    |
|                |                       | Paweł Dębowski                                        |
|                |                       | Michael Flaxman                                       |
|                |                       | Christophe Guillemot                                  |
|                |                       | Michael Harvey                                        |
|                |                       | Andrzej Przytuła                                      |
|                |                       | Janusz Rożdżyński                                     |
|                |                       | Denys Sappey                                          |

## 1.5. PODMIOTY WCHODZĄCE W SKŁAD GRUPY KAPITAŁOWEJ ORBIS

Według stanu na 31 grudnia 2005 r. Orbis S.A. posiadała bezpośrednio akcje i udziały w następujących spółkach prawa handlowego:

**Tab. 2 Podmioty wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Orbis**

| nazwa, forma prawna i siedziba spółki            | kapitał zakładowy w PLN | % udziału jednostki dominującej w kapitale zakładowym | % udziału jednostki dominującej w głosach na walnym zgromadzeniu | przedmiot działalności                                            |
|--------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>podmioty zależne</b>                          |                         |                                                       |                                                                  |                                                                   |
| PBP „Orbis” Sp. z o.o. <sup>2</sup><br>Warszawa  | 16 453 900              | 95,08                                                 | 95,08                                                            | Biuro podróży – detal i touroperatorstwo                          |
| ORBIS Transport Sp. z o.o. <sup>3</sup> Warszawa | 14 429 300              | 98,3                                                  | 98,3                                                             | Przewozy osobowe, wynajem i leasing taboru samochodowego          |
| WT WILKASY Sp. z o.o.<br>Wilkasy                 | 1 650 000               | 100                                                   | 100                                                              | Hotelarstwo, gastronomia, rekreacja                               |
| Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. Warszawa           | 300 000 000             | 100                                                   | 100                                                              | Hotelarstwo i gastronomia                                         |
| Orbis Kontrakty Sp. z o.o.<br>Warszawa           | 100 000                 | 80                                                    | 80                                                               | Organizacja zakupów na rzecz hoteli zarządzanych przez wspólników |
| <b>podmioty stowarzyszone</b>                    |                         |                                                       |                                                                  |                                                                   |
| Orbis Casino Sp. z o.o.<br>Warszawa              | 4 800 000               | 33,33                                                 | 33,33                                                            | Kasyna i salony gier losowych                                     |
| PH Majewicz Sp. z o.o.<br>Bydgoszcz              | 2 202 500               | 49                                                    | 49                                                               | Hotelarstwo i gastronomia                                         |

Ponadto Orbis S.A. posiada udziały i akcje mniejszościowe objęte w ramach konwersji wierzytelności, bądź w spółkach pozbawionych perspektyw rozwojowych. Do tej kategorii zaliczają się spółki: Bank Współpracy Europejskiej S.A., Polskie Hotele Sp. z o.o. w likwidacji, Rena Kord S.A. w upadłości, Tarpan Sp. z o.o. w likwidacji oraz Walewice Sp. z o.o. w likwidacji. Orbis S.A. posiadał również udziały w POLORBIS Reiseunternehmen GmbH w Kolonii. W dniu 03.03.2005 r. POLORBIS został wykreślony z rejestru handlowego.

Portfel inwestycyjny Spółki obejmuje inwestycje o charakterze strategicznym, komercyjnym i restrukturyzacyjnym. Do tej ostatniej kategorii zaliczono udziały i akcje mniejszościowe.

**Portfel strategiczny tworzą udziały i akcje w spółkach:**

- Hekon – Hotele Ekonomiczne S.A.** – spółka zarządzająca hotelami działającymi pod dwoma markami Accor: ośmioma dwugwiazdkowymi Ibisami i dwoma Novotelami. Sytuacja finansowa spółki jest stabilna. Hotele osiągają wzrost przychodów przy wysokiej efektywności operacyjnej. Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. powołał jednoosobową spółkę prawa litewskiego z siedzibą w Wilnie pod nazwą UAB Hekon do prowadzenie hotelu Novotel Vilnius.
- Polskie Biuro Podróży Orbis Sp. z o.o. i ORBIS Transport Sp. z o.o.** – spółki-córki wyodrębnione w 1993 r. w toku procesu restrukturyzacji i prywatyzacji Orbisu. Komplementarność działalności gospodarczej prowadzonej przez obie spółki i przedmiotu działalności Orbis S.A. przesądza o wzajemnych korzyściach wszystkich trzech podmiotów współdziałających na szczeblu operacyjnym na zasadach handlowych. Każda ze spółek-córek ma ugruntowaną pozycję rynkową, co przekłada się również na stabilne wyniki finansowe.
- Orbis Kontrakty Sp. z o.o.** – spółka zawiązana 24 stycznia 2005 r. (rejestracja 14.02.2005 r.) wspólnie z Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. w celu organizacji zakupów na rzecz hoteli zarządzanych przez wspólników. Działalność spółki, rozpoczęta w kwietniu 2005 r. jest ukierunkowana na optymalizację

<sup>2</sup> W wyniku umorzenia w 2001 r. 1.219 udziałów z czystego zysku bez obniżenia kapitału zakładowego, zarejestrowany kapitał zakładowy wynosi 16.453.900 PLN i dzieli się na 163.320 udziałów po 100 PLN każdy.

<sup>3</sup> W wyniku umorzenia w 2002 r. 3.510 udziałów z czystego zysku bez obniżenia kapitału zakładowego, zarejestrowany kapitał zakładowy wynosi 14.429.300 PLN i dzieli się na 140.783 udziały po 100 PLN każdy.

kosztów operacyjnych każdego ze wspólników, a co za tym idzie efektów zarządzanych przez nich hoteli.

Na **portfel komercyjny** składają się udziały i akcje następujących spółek:

- a) **Orbis Casino Sp. z o.o.** - spółki zawiązanej w 1989 r. i prowadzącej obecnie 9 kasyn i 4 salony gier zlokalizowane, za wyjątkiem kasyna w Business Center w Łodzi, w lokalach wynajmowanych w hotelach Orbis S.A. Orbis Casino, obok firm ZPR S.A. i Casinos Poland, należy do czołówki operatorów działających w branży gier losowych, zakładów wzajemnych i gier na automatach. Sytuacja finansowa spółki jest stabilna.
- b) **Przedsiębiorstwa Hotelowego MAJEWICZ Sp. z o.o.** - spółki zawiązanej na czas określony do 31.12.2007 r. w następstwie ugody zawartej przez Orbis S.A. w 1993 r. ze spadkobiercami właścicieli hotelu Pod Orłem w Bydgoszczy. Na ten sam okres Orbis S.A. zawarł ze spółką umowę o zarządzanie hotelem, zastąpioną następnie od stycznia 2001 r. umową franchisingową z identycznym terminem obowiązywania. Kontynuacja działalności przez spółkę nie jest zagrożona.
- c) **Wioski Turystycznej WILKASY Sp. z o.o.** (d. PORT SILNOWA Sp. z o.o.) - spółki o charakterze ośrodka wypoczynkowego. Wioska oferuje usługi noclegowo-gastronomiczne, konferencyjne i rekreacyjne w regionie Wielkich Jezior Mazurskich, stanowiąc uzupełnienie mrągowskiej oferty Orbis S.A.

Wartość akcji i udziałów, liczona w cenach nabycia, posiadanych bezpośrednio przez Orbis S.A., wyniosła na dzień sprawozdawczy 475 363,98 tys. PLN i była niższa w stosunku do zamknięcia 2004 r. o 2 364,5 tys. PLN. Akcje i udziały posiadane w spółkach: BWE S.A., Polskie Hotele Sp. z o.o., Rena Kord S.A., Tarpan Sp. z o.o., Walewice Sp. z o.o. są w całości objęte odpisem aktualizującym i ich wartość bilansowa na dzień 31.12.2005 r. wynosi zero.

## **2. CZYNNIKI ISTOTNE DLA ROZWOJU SPÓŁKI W TYM OPIS PODSTAWOWYCH RYZYK I ZAGROŻEŃ; PERSPEKTYWY ZMIAN CZYNNIKÓW**

### **2.1. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE**

#### **2.1.1 CZYNNIKI MAKROEKONOMICZNE**

**Wzrost gospodarczy.** Według wstępnych szacunków, w 2005 r. w porównaniu z rokiem poprzednim, produkt krajowy brutto był realnie wyższy o 3,2% (w 2004 r. wzrost PKB wyniósł 5,3%). Prognoza Ministerstwa Finansów w zakresie wzrostu PKB na lata 2006-2007 zakłada dynamikę na poziomie 104,5%-104,6%.

**Wymiana handlowa.** Handel zagraniczny miał pozytywny wpływ na tempo wzrostu gospodarczego. Pomimo umocnienia złotego, utrzymała się znaczna dynamika eksportu, co przy zwolnieniu dynamiki importu, wpłynęło na poprawę ujemnego salda wymiany zagranicznej. Deficyt bilansu płatniczego wg prognoz na najbliższe 2 lata wyniesie 2,0-2,5% PKB.

**Rynek pracy.** Poprawie uległa sytuacja na rynku pracy. W 2005 r. zatrudnienie zwiększyło się w porównaniu z 2004 r. o 1,9%. Wzrost zatrudnienia widoczny był w sekcjach związanych z usługami oraz w przetwórstwie przemysłowym. Spadek liczby bezrobotnych był większy niż w 2004 r., stopa bezrobocia wyniosła 17,6%. Prognozy Ministerstwa Finansów zakładają obniżenie stopy bezrobocia do 16,9% w 2006 r. i 14,9% w 2007 r.

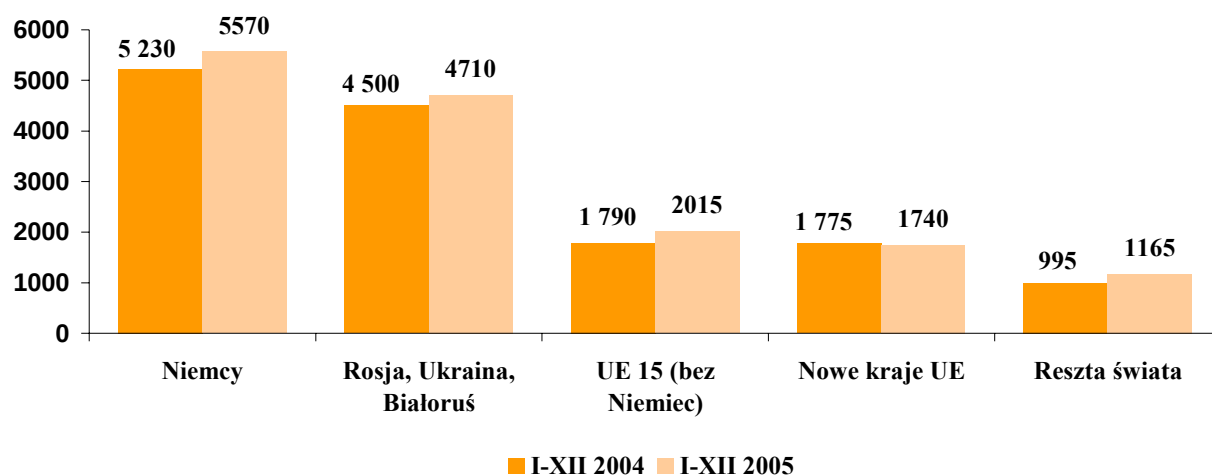
**Średnioroczny wzrost cen.** Średnioroczny wzrost cen konsumpcyjnych wyniósł w 2005 r. 2,1% i był niższy niż w 2004 r. (3,5%). Na lata 2006-2007 wskaźnik wzrostu cen prognozowany jest na poziomie 101,5% i 101,9%.

### 2.1.2 KONKURENCJA I RYNEK USŁUG TURYSTYCZNYCH

**Przyjazdy do Polski.** W 2005 r. zanotowano 64,4 mln przyjazdów cudzoziemców (o 4,1% więcej niż w 2004 r.), w tym ok. 15,2 mln przyjazdów turystów (wzrost o 6,4%).

Analiza zmian ruchu przyjazdowego według krajów pochodzenia pokazuje znaczny (9%) wzrost przyjazdów z Niemiec, wynikający głównie z intensywnego handlu przygranicznego w I kw. 2005 r. Wzrost liczby przyjazdów z pozostałych poza Niemcami krajów 15 UE wyniósł 12,6%. Odnotowano także bardzo znaczny (wzrost o 27,6%) rozwój ruchu przyjazdowego z głównych krajów zamorskich: USA, Australii, Japonii, Korei Płd. i Kanady. Zmalał natomiast ruch z Luksemburga, Słowacji, Czech, Szwajcarii, Łotwy, Kazachstanu, Estonii, Finlandii i Danii. Znacznie (o ponad 20%) wzrosła liczba przyjazdów z Malty, Irlandii, Cypru, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Holandii, Turcji, Chorwacji i Izraela, a w mniejszym stopniu (o 10%-20%) z Rumunii, Ukrainy, Węgier, Bułgarii, Grecji, Francji, Rosji, Mołdawii i Włoch.

**Wykres 3. Przyjazdy turystów do Polski w latach 2004 - 2005 (w tys.)**



W 2005 r. cudzoziemcy zostawili w Polsce 6,1 mld USD, z czego połowę stanowiły wpływy od turystów korzystających z noclegów, a 3 mld USD to wydatki osób przebywających w naszym kraju tylko przez jeden dzień. Dla porównania w 2004 roku cudzoziemcy zostawili w Polsce 5,78 mld dolarów, a w 2003 r. o 7,8% mniej.

**Wyjazdy z Polski.** W ciągu 12 miesięcy 2005 r. zanotowano 40 841 tys. wyjazdów Polaków za granicę (o 9,7% więcej niż w 2004 r.).

**Prognoza ruchu turystycznego.** Prognozy Polskiego Instytutu Turystyki, zapowiadające w 2006 r. wzrost liczby turystów do 16,1 mln osób, a w 2007 r. do 16,8 mln stanowią podstawę do szacowania wzrostu popytu na usługi hotelowe.

Liczba cudzoziemców korzystających z bazy noclegowej wzrastała w poszczególnych kwartałach 2005 r. w tempie od 6,6% do 11,8%. Wzrastająca liczba Polaków korzystających z noclegów jest również czynnikiem pozytywnie wpływającym na kondycję i perspektywy rynku hotelowego. W chwili obecnej jest on jednak niewielki (w okresie trzech kwartałów 2005 r. - 1,3% - 1,5%).

Instytut Turystyki zakłada również zmianę struktury turystów odwiedzających Polskę. Zmiany, jakich można oczekiwać w strukturze przyjazdów oznaczają, że wielkość podstawowych segmentów: przyjazdów typowo turystycznych i podróży służbowych zacznie rosnąć przy równoczesnym spadku znaczenia pozostałych segmentów. Znajdzie to odzwierciedlenie we wzroście liczby turystów korzystających z obiektów noclegowych. Wg szacunków wpływy z obsługi turystów zagranicznych wyniosły 3,1 mld USD w 2005 r. i wzrosną do 3,7 mld USD w 2007 r.

**Rynek usług turystyczno-hotelowych.** Według raportu „Koniunktura na rynku usług turystycznych” przygotowanego przez Instytut Turystyki, w 2005 r. poprawiła się sytuacja na rynku przedsiębiorstw

prowadzących usługi turystyczne. Najgorzej wiodło się przedsiębiorcom w styczniu i lutym. Jest to związane z niewielkim ruchem turystycznym w tym czasie. Jednak w kolejnych miesiącach koniunktura stopniowo rosła. Najlepszą sytuację przedsiębiorcy prowadzący hotele i restauracje odnotowali w miesiącach wzmożonego ruchu turystycznego, tj. w maju, czerwcu, lipcu i sierpniu.

**Główne rynki konkurencyjne.** Poprawa koniunktury gospodarczej oraz wzrost potencjału polskiego rynku sprzyjały realizacji inwestycji na rynku nieruchomości hotelowych, co przyczyniło się do dalszego wzrostu konkurencji na niektórych rynkach.

**Rynek warszawski.** Na rynku warszawskim do grona najważniejszych konkurentów w 2005 r. dołączyły dwa nowe obiekty:

- od 1 stycznia 2005 r., po całkowitej modernizacji, luksusowy hotel Polonia (206 pokoi), położony przy skrzyżowaniu ul. Marszałkowskiej i Al. Jerozolimskich,
- 15 kwietnia 2005 r. rozpoczął działalność Aparthotel Residence Diana (47 pokoi), położony przy ul. Chmielnej.

Zmianę w liczbie hoteli zanotowano również w Grupie Hotelowej Orbis. W Grupie nie działają już hotele Europejski (237 pokoi) i Solec<sup>4</sup> (132 pokoje), natomiast od 1 sierpnia 2005 r. na podstawie umowy o zarządzanie, do Grupy dołączył Ibis Stare Miasto (333 pokoje).

Łącznie do końca 2006 r. w hotelach konkurencyjnych ma powstać ok. 500 nowych pokoi. W połowie roku, na rynku warszawskim pojawi się m.in. hotel Hilton \*\*\*\*\* (313 pokoi), istotnie wpływając na zwiększenie konkurencji w segmencie hoteli wysokiej klasy.

**Rynek krakowski.** Na rynku krakowskim w 2005 r. zostały oddane do użytku cztery nowe, nieduże obiekty hotelowe. Zmianie uległa również liczba pokoi Grupy Orbis z uwagi na wspomniane wcześniej wyłączenie z eksploatacji hotelu Wanda.

W 2006 r. planowane jest oddanie dwóch nowych hoteli: Qubus \*\*\*\* (195 pokoi) w sierpniu 2006 r. i 5-gwiazdkowy hotel (70 pokoi) oraz rozbudowa hotelu Witek \*\*\* (70 pokoi).

**Rynek katowicki.** Na rynku katowickim (obejmującym również Sosnowiec i Zabrze) udział hoteli Grupy Orbis nie zmienił się. Do końca 2006 r. planowane jest oddanie łącznie ok. 100 pokoi w trzech nowych hotelach.

**Rynek trójmiejski.** W 2005 r. na rynku trójmiejskim zostały otwarte cztery obiekty hotelowe, jednak z uwagi na lokalizację i niewielką liczbę pokoi nie stanowią one konkurencji dla hoteli Orbis.

Od 1 listopada zamknięty został Hotel Grand (113 pokoi) należący do Orbis S.A., który przechodzi obecnie gruntowny remont, aby w połowie 2006 r. mógł działać jako 5-gwiazdkowy Sofitel Grand.

Łącznie do końca 2006 r. na rynku trójmiejskim powstanie ok. 180 nowych pokoi w trzech hotelach.

**Rynek poznański.** W 2005 r. w Poznaniu oddano do eksploatacji jeden hotel: Blues Hotel \*\*\* (19 pokoi, docelowo 60) oraz o 15 pokoi rozbudowano Hotel Edison (również docelowo 60). Z listy hoteli konkurencyjnych usunięto, otwarty w zeszłym roku, hotel Browaria \*\*\* (17 pokoi).

Do końca 2006 r. na rynku poznańskim zostaną otwarte trzy kolejne obiekty, o łącznej liczbie ok. 220 pokoi.

**Rynek wrocławski.** Na rynku wrocławskim w 2005 r. nie oddano żadnego nowego hotelu. Jedynie od maja wznowił działalność Hotel Duet \*\*\* (39 pokoi).

W 2006 r. w marcu rozpoczął działalność 100 pokojowy hotel System \*\*\*, nie jest znana data oddania dwóch hoteli przy ul. Drobnera (brak danych na temat liczby pokoi) i Krawieckiej (200 pokoi).

**Rynek szczeciński.** Na rynku szczecińskim w 2005 r. nie nastąpiły żadne zmiany bazy hotelowej istotne dla hoteli Grupy, poza wspomnianym zamknięciem hotelu Reda (150 pokoi), należącego do Orbis S.A., który po modernizacji zostanie otwarty pod marką Etap (120 pokoi).

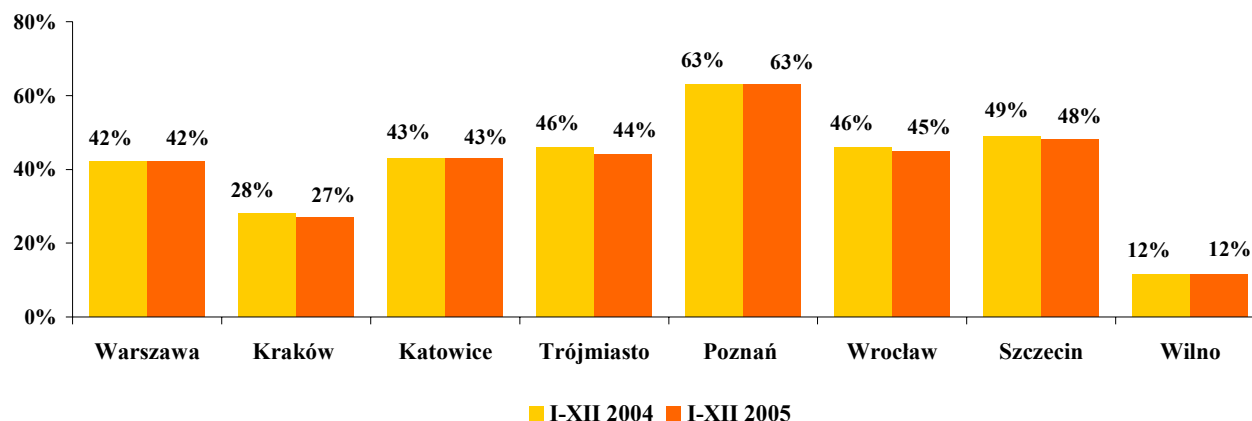
W 2006 r. na rynku planuje się oddanie dwugwiazdkowego hotelu przy ul. Małopolskiej (brak danych na temat liczby pokoi) oraz kilkudziesięciu pokoi w rozbudowywanym obecnie hotelu Park \*\*\* (15 pokoi).

---

<sup>4</sup> Patrz pkt 1.1 str.2

**Rynek wileński.** Udział w rynku hotelu Novotel w Wilnie wynosi 11,5%. Baza hotelowa w Wilnie w segmencie biznes i wypoczynek składa się z czterech hoteli, których łączny udział w rynku (fair share) wynosi ok. 44%. Są to Ravel Lietuva (291 pokoi), Radisson Sas Astorija (120 pokoi), Scandic Neringa (60 pokoi) i Holiday Inn (134 pokoje). Do końca 2006 r. planowane jest otwarcie jednego hotelu o 100 pokojach (Kempiński).

#### Wykres 4 Udziały hoteli Grupy Hotelowej Orbis\* w rynku



\* Łącznie hotele Orbis S.A., Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A. i UAB Hekon, w tym zarządzane na podstawie umów o zarządzanie.

#### 2.1.3 OTOCZENIE PRAWNE

W 2005 r. nie nastąpiły istotne zmiany przepisów wpływające na działalność hotelową.

#### 2.2. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

##### 2.2.1 STRATEGIA

W marcu 2005 r. Zarząd Spółki przedstawił nową strategię Grupy Hotelowej Orbis na lata 2005-2009 (raport bieżący 10/2005) i opublikował prognozę wybranych kategorii finansowych w tych latach<sup>5</sup>. Zgodnie ze Strategią Program Rozwoju Grupy Hotelowej ORBIS opiera się na trzech głównych założeniach:

- Wprowadzenie marki Etap na rynek Polski – nowego produktu w segmencie ekonomicznym,
- Kontynuacja rozwoju marki Ibis – ze względu na sukces hoteli tej grupy w Polsce,
- Zmiana marek wytypowanych hoteli ORBIS po ich dostosowaniu do wymagań standardowych grupy Accor.

Realizacja Strategii pozwoli na dywersyfikację portfolio Grupy ze szczególnym uwzględnieniem istotnego rozwoju segmentu hoteli ekonomicznych, których udział w łącznej liczbie hoteli ma kształtować się docelowo na poziomie ok. 50%.

Sytuacja na krajowym rynku hotelowym potwierdza pozytywne trendy sprzyjające realizacji programu rozwoju i podejmowaniu nowych inwestycji. W związku z realizacją Strategii w maju 2005 r. Zarząd Spółki podjął decyzję o zlikwidowaniu z dniem 30 listopada 2005 r. 4 oddziałów hotelowych: hotelu Reda w Szczecinie, Tranzyt w Częstochowie, Wanda w Krakowie oraz Solec w Warszawie. Rozpoczęta została gruntowna modernizacja dwóch pierwszych hoteli oraz wyburzono hotel Solec, w maju 2006 r. rozpoczęły się prace związane z budową nowego obiektu. Hotel Wanda wraz z działką został sprzedany, na sąsiedniej korzystniej zlokalizowanej działce Orbis S.A. zostanie wybudowany nowy hotel Etap. Ponadto prowadzone są prace przygotowawcze do realizacji kilku nowych projektów budowy hoteli Etap na działkach Orbis S.A. oraz poszukiwania działek pod planowane hotele Ibis. Podejmowane działania inwestycyjne są skoncentrowane na najważniejszych rynkach, przy maksymalnym wykorzystaniu posiadanego potencjału.

<sup>5</sup> Informacja na temat ogłoszonej w maju 2006 r. aktualizacji Strategii Rozwoju, obejmującej lata 2006-2010, jest zaprezentowana w pkt 8.

Zgodnie ze Strategią w Spółce trwają również prace modernizacyjne w wybranych hotelach (szczegółowy opis w pkt program inwestycji).

Orbis S.A. ma prawo wyłączności na zarządzanie hotelami marki Accor w Krajach Nadbałtyckich. Pierwszym projektem, który będzie realizowany w tym regionie jest Ibis w Kaliningradzie, planowany w ramach wielofunkcyjnego kompleksu w centrum miasta. Hotel będzie zarządzany przez Orbis S.A. i zostanie otwarty w 2008 r. W Kaliningradzie analizowana jest również druga lokalizacja pod hotel. Trwają poszukiwania działek w Rydze, Tallinie, Wilnie i we Lwowie. W przypadku Rygi w fazie negocjacji znajduje się projekt objęcia umową o zarządzanie projektowanego hotelu wysokiej klasy w ramach wielofunkcyjnego kompleksu w ścisłym centrum miasta. Marka brana pod uwagę to Sofitel.

W sierpniu Zarząd Spółki podpisał porozumienie z ponadzakładowymi organizacjami związkowymi, regulujące warunki zwalniania pracowników, w tym wysokość wypłacanych odpraw i dodatkowych odszkodowań, które będą obowiązywać każdorazowo w przypadku wszystkich miejsc pracy likwidowanych w ramach restrukturyzacji Grupy Hotelowej Orbis.

Wraz z programem inwestycji realizowany jest projekt reorganizacji Spółki. Głównym zadaniem, które zostało zrealizowane w 2005 r. w ramach projektu Orbis Firma XXI wieku było przeprowadzenie restrukturyzacji Biura Zarządu. Rozpoczęto także działania restrukturyzacyjne w hotelach w kierunku utworzenia regionów. Realizując Uchwałę Zarządu w tej sprawie, powołano dyrektorów regionów, którzy wspólnie z zespołami utworzonymi w tym celu, przygotowywali strukturę organizacyjną i zasady naboru pracowników, którzy będą przyjmowani do pracy w następnym etapie w ramach struktur regionalnych. W czwartym kwartale 2005 r. rozpoczęto wdrażanie projektu pilotażowego w regionie krakowskim. Docelowo w ramach regionów skupione będą służby sprzedażowe, administracyjno-księgowe i obsługi technicznej.

## 2.2.2 PROGRAM INWESTYCJI

W 2005 r. Spółka Orbis S.A. zrealizowała nakłady w wysokości 91.892 tys. PLN. Nakłady te były przeznaczone na działania związane z realizacją strategii, tj. modernizację hoteli, rozpoczęcie procesu przygotowań do budowy i adaptacji hoteli Etap i Ibis, a także zakup sprzętu komputerowego i oprogramowania.

Do najważniejszych zadań z punktu widzenia zarówno zakresu prac, jak i wysokości poniesionych w tym okresie nakładów należały modernizacje w następujących hotelach:

- **Novotel Centrum w Warszawie**, w którym zakończona została wymiana elewacji i modernizacja części ogólnodostępnych wraz z wymianą mebli oraz wyposażenia, a tym samym został sfinalizowany kilkuletni proces modernizacji hotelu;
- **Grand w Warszawie**, w którym dokonano renowacji elewacji oraz rozpoczęto przygotowania do kompleksowej modernizacji, której efektem ma być nadanie hotelowi marki Mercure; wykonane zostały projekty budowlane i przetargowe oraz pokoje wzorcowe, dokonano wyboru wykonawcy robót budowlanych oraz dostawcy mebli i wyposażenia; zakończenie pełnej modernizacji hotelu planowane jest na 2007 r.;
- **Grand w Sopocie**, w którym trwa kompleksowa modernizacja, obejmująca swym zakresem roboty budowlano-montażowe, instalacyjne, elewacyjne oraz wymianę mebli i wyposażenia; zakończenie prac planowane jest w sierpniu 2006 r.; docelowo będzie to wysokiej klasy hotel marki Sofitel;
- **Novotel Centrum w Gdańsku**, w którym rozpoczęto modernizację części mieszkalnej wraz z wymianą mebli i wyposażenia z dostosowaniem do standardu Novotel Novation; prace zostały zakończone w maju 2006 r.;
- **Novotel Centrum w Katowicach**, gdzie rozpoczęto modernizację trzech pięter mieszkalnych oraz sal konferencyjnych obejmującą swym zakresem wymianę instalacji oraz wymianę mebli i wyposażenia, dostosowanego do standardu Novotel Novation; modernizacja ta została już zakończona;
- **Posejdon w Gdańsku**, w którym pod koniec 2005 r. został rozpoczęty I etap wymiany elewacji obejmujący również wymianę okien i drzwi balkonowych; zakończenie prac tego etapu nastąpi w maju 2006 r.; II etap prac będzie realizowany w 2006 r.;

- **Mrongovia w Mrągowie**, w którym została zakończona modernizacja restauracji; w 2006 r. planowane jest wykonanie renowacji elewacji obiektu;
- **Novotel Centrum w Poznaniu**, w którym prowadzone są prace przygotowawcze – projekty, ekspertyzy, zezwolenia - związane z planowaną na lata 2006-2007 modernizacją części ogólnodostępnych w hotelu oraz przystąpiono do wykonania parkingu tymczasowego dla gości hotelowych;
- **Sofitel Victoria w Warszawie**, w którym zmieniona została aranżacja lobby w celu dostosowania do wymogów marki Sofitel wraz z częściową wymianą mebli i wyposażenia w hotelu; prace w tym zakresie będą kontynuowane w 2006 r.

W pozostałych hotelach wydatki ograniczyły się do modernizacji o niewielkim zakresie i wynikały przede wszystkim z przyczyn technicznych, bezpieczeństwa bądź zaleceń organów kontrolujących. Wydatki dotyczyły niezbędnych zakupów środków trwałych i sprzętu komputerowego.

Zgodnie ze strategią przyjętą w marcu 2005 r. rozpoczął się kilkuletni proces budowy i konwersji istniejących hoteli na hotele marek **ETAP i IBIS** m. in. w Częstochowie, Krakowie, Szczecinie, Gdańsku, Wrocławiu i Warszawie. W fazie koncepcyjnej znajdują się nowe obiekty na działkach będących własnością Orbis S.A. Poniesione wydatki na ten cel zostały przeznaczone na opracowanie ekspertyz, dokumentacji, uzyskanie stosownych zezwoleń itp.

### 2.2.3 POLITYKA SPÓŁKI W ZAKRESIE RELACJI INWESTORSKICH

Ogłoszenie strategii Grupy Hotelowej Orbis w marcu 2005 r. było najważniejszym wydarzeniem w komunikacji z inwestorami w ubiegłym roku. Konferencja poświęcona prezentacji nowej strategii odbyła się 8 marca 2005 r. w hotelu Sofitel Victoria w Warszawie, a udział w niej wzięli przedstawiciele polskich inwestorów instytucjonalnych i analitycy. Orbis przedstawił kluczowe założenia i dane liczbowe dotyczące strategii, które są również dostępne w raporcie bieżącym nr 10/2005.

W 2005 r. przedstawiciele Orbis odbyli wiele spotkań z inwestorami i analitykami. Spółka prezentowana była podczas międzynarodowych konferencji inwestorskich, roadshow w USA, konferencji i spotkań z inwestorami indywidualnymi oraz w ramach spotkań indywidualnych w siedzibie Orbis S.A. Istotnym elementem komunikacji ze środowiskiem inwestorskim była codzienna współpraca z analitykami rynku papierów wartościowych, która stanowiła jedno z najważniejszych narzędzi kształtowania rzetelnego i prawdziwego wizerunku Spółki. W 2005 r. na temat spółki Orbis zostało wydanych 30 raportów i informacji. Spółka, po publikacji śródkresowych sprawozdań finansowych organizowała telekonferencje dające możliwość przedstawienia rynkowi komentarzy przez Zarząd Spółki. W tej działalności, a także w zakresie budowania ogólnego wizerunku Spółki, Orbis współpracował również z doświadczonymi doradcami zewnętrznymi.

Spółka wspiera ideę inwestowania na giełdzie przez osoby fizyczne, dlatego kolejny rok z rzędu Orbis współpracował ze Stowarzyszeniem Inwestorów Indywidualnych zapewniając zaplecze konferencyjne na potrzeby dwóch projektów Stowarzyszenia: Ogólnopolskiego Badania Inwestorów, któremu towarzyszą spotkania członków SII, oraz Akademii Tworzenia Kapitału, projektu edukacyjnego realizowanego dwa razy do roku w 9 polskich miastach. W 2005 r. w hotelach Orbis zorganizowano 20 spotkań SII, w których udział wzięło ponad 1 200 osób.

Orbis wprowadził zmiany w systemie przysyłania raportów śródkresowych. Od I kwartału 2005 r. Orbis publikuje jeden raport kwartalnie: raport skonsolidowany z jednostkową, nieskonsolidowaną częścią poświęconą Orbis S.A., w efekcie pełne informacje na temat wyników Orbis są w jednym terminie podawane do publicznej wiadomości, co ułatwia inwestorom i analitykom dokonanie oceny Spółki. Nowe raporty kwartalne zawierają dodatkowe informacje wskazane przez inwestorów i analityków jako pożądane, a zestaw danych przedstawiających osiągnięte wyniki opatrzony jest komentarzem i służy lepszemu zrozumieniu działalności Spółki i jej strategii w segmencie hotelowym.

W 2005 r. Spółka uruchomiła nowy internetowy serwis inwestorski przedstawiający informacje z zakresu relacji inwestorskich i ładu korporacyjnego: [www.orbis.pl/ir](http://www.orbis.pl/ir), w którym znajdują się m.in. najważniejsze informacje o Spółce i Grupie Orbis, raporty giełdowe, a także informacje na temat branży hotelarsko-turystycznej w Polsce. Poprzez nowe strony każda zainteresowana osoba może wpisać się na listę dystrybucyjną raportów giełdowych publikowanych przez Spółkę.

Relacje inwestorskie Spółki w 2005 r. zostały wysoko ocenione przez polskich inwestorów i analityków: w ankiecie przeprowadzonej na temat Spółki ocenione zostały: dostęp do informacji na temat Spółki, źródła informacji wykorzystywane przez inwestorów, jakość komunikacji z inwestorami, internetowy serwis relacji inwestorskich, kampania informacyjno-produktowa Grupy Orbis i dostępność zespołu ds. relacji inwestorskich. Wyniki ankiety pokazały dalszą poprawę w postrzeganiu Spółki w porównaniu do wyników osiągniętych w październiku 2004 r. W rankingu przeprowadzonym przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych, oceniającym relacje inwestorskie spółek wchodzących w skład WIG-20, Orbis zajął drugie miejsce w klasyfikacji generalnej, uzyskując m.in. pierwszą lokatę w kategorii ilości i jakości spotkań z inwestorami.

#### **2.2.4 SPRAWY KORPORACYJNE**

**Wypłata dywidendy.** W 2005 r. po raz czwarty z rzędu Spółka podzieliła się zyskiem z akcjonariuszami, którzy otrzymali 32,1% zysku netto za 2004 r. Dywidenda na 1 akcję wyniosła 0,34 PLN.

**Zmiana statutu Orbis S.A.** NWZA spółki Orbis S.A. w dniu 10 lutego 2005 r. podjęło uchwałę o zmianie treści statutu Spółki. Pełna wersja statutu dostępna jest na stronach internetowych Spółki [www.orbis.pl](http://www.orbis.pl).

**Powołanie Zarządu Orbis S.A. VI kadencji.** W dniu 10 czerwca 2005 r. powołany został Zarząd Spółki VI kadencji w składzie:

- Jean-Philippe Savoye, Prezes Zarządu,
- Krzysztof Gerula, I Wiceprezes Zarządu,
- Andrzej Szuldrzyński, Wiceprezes Zarządu,
- Ireneusz Węglowski, Wiceprezes Zarządu,
- Yannick Rouvrais, Członek Zarządu,
- Jolanta Wojciechowska de Cacqueray, Członek Zarządu.

**Wybór biegłego rewidenta.** Rada Nadzorcza Orbis S.A. dokonała wyboru firmy świadczącej usługi biegłego rewidenta, któremu m.in. został powierzony audyt sprawozdań finansowych za 2005 r. Jest to firma PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.

**Walne Zgromadzenia Akcjonariuszy Orbis S.A.** W dniu 10 czerwca 2005 r. odbyło się Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Orbis S.A., które m.in. zatwierdziło sprawozdania finansowe Spółki i Grupy za 2004 r., udzieliło absolutorium Radzie Nadzorczej i Zarządowi Spółki za 2004 r. oraz ustaliło podział zysku za 2004 r., przeznaczając 15,7 mln PLN, tj. 0,34 PLN/akcję na dywidendę.

20 października 2005 r. odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Orbis S.A., które wyraziło zgodę na ustanowienie hipotek kaucyjnych na nieruchomościach hotelowych Orbis S.A., wybranych przez Zarząd i uzgodnionych z Kredytodawcami, jako zabezpieczenie kredytu o wartości 500 mln PLN. Pełna treść wszystkich uchwał WZA znajduje się na stronie internetowej Spółki [www.orbis.pl](http://www.orbis.pl).

**Deklaracja Ładu Korporacyjnego.** Zgodnie z komentarzem, którym Orbis S.A. opatrzyła zasadę nr 48 ładu korporacyjnego, aktualne oświadczenie dotyczące przestrzegania w Spółce zasad ładu korporacyjnego zostanie opublikowane do 01.07.2006 r. w raporcie bieżącym stosownie do paragrafu 29 ust.3 Regulaminu Giełdy.

#### **2.2.5 MARKETING I PROMOCJA SPÓŁKI**

Nadrzędnym celem działań promocyjno - reklamowych podejmowanych w 2005 r. było kreowanie popytu na usługi hotelowe (noclegowe, gastronomiczne, bankietowe i konferencyjne) świadczone przez hotele należące do Grupy Orbis.

W 2005 r. Orbis obchodził **jubileusz 85-lecia powstania**, a wiosną 2005 r. Spółka ogłosiła Strategię Rozwoju na lata 2005 - 2009. Obydwa te fakty wykorzystano w komunikacji marketingowej, w której połączono wątki historyczne z wizją rozwoju firmy w XXI wieku. W 2005 r. opracowano i prowadzono działania mające na celu **wdrożenie nowego logotypu i Systemu Identyfikacji Wizualnej Spółki**.

Do realizacji powyższych celów wykorzystano następujące środki promocyjne:

- reklamę w mediach (prasa ogólna i branżowa, telewizja),
- sponsoring i Public Relations,
- wydawnictwa własne (druk informatorów, ulotek, broszur, folderów),
- udział w targach i wystawach (krajowych i zagranicznych).

Przyjęcie strategii, polegającej na optymalnym wykorzystaniu w komunikacji marketingowej powyższych treści wymagało opracowania skoordynowanego planu działań. Przygotowano i zrealizowano kampanię wizerunkową promującą nowy logotyp Grupy Hotelowej Orbis - nowoczesnej, dynamicznie rozwijającej się firmy, dumnej z tradycji 85 lat istnienia na rynku.

Hasło towarzyszące kampanii to: Istota nowoczesnego hotelarstwa/ The essence of modern hospitality. Przekaz uzupełniała ekspozycja znaków 6 marek hotelowych: Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis, Orbis Hotels i Etap. Przygotowano i zrealizowano **kampanie wizerunkowo-produktowe** dla marek Novotel, Mercure, Ibis i Orbis Hotels. Program obchodów jubileuszu 85-lecia powstania firmy Orbis obejmował akcje i wydarzenia, skierowane do różnych grup odbiorców (np. konkursy tematyczne w prasie, imprezy w hotelach). Współpraca z przedstawicielami mediów zapewniła odpowiednie nagłośnienie w prasie lokalnej i ogólnopolskiej. Zorganizowano jubileuszową wystawę prezentującą historię firmy. Dokumenty, zdjęcia, pamiątki eksponowane były w hotelach w Warszawie, Gdańsku, Poznaniu i Zakopanem. Wspólnie z Muzeum Plakatu w Warszawie rozpisano konkurs na plakat pt. „Orbis. Świat się zmienia”. W konkursie wzięli udział zarówno dyplomowani artyści plastycy, jak i amatorzy. Nagrodzona praca stała się tematem firmowego kalendarza plakatu Orbisu na 2006 r. Podsumowaniem roku jubileuszowego była uroczysta gala, która odbyła się w nowych salach bankietowych hotelu Novotel Centrum w Warszawie. Goście zaproszeni zostali w podróż z Orbisem przez lata 1920 - 2085. Dzięki Tunelowi Czasu mogli oderwać się na kilka godzin od ziemskiej rzeczywistości i przenieść w przyszłość. Nie zabrakło też elementów nawiązujących do bogatej i barwnej historii Orbisu.

Narzędziami promocji wspierającymi sprzedaż były również **wydawnictwa Orbis S.A.** Dystrybuowane w hotelach, na targach, podczas prezentacji handlowych, imprez sponsorowanych trafiają do kontrahentów oraz potencjalnych klientów firmy. Stanowią one nie tylko źródło informacji o hotelach Grupy, są też swoistą wizytówką firmy kształtującą jej wizerunek w otoczeniu. W 2005 r. ukazała się m.in. nowa edycja informatora o hotelach Orbis Hotel Group Guide Book oraz 10 numerów newslettera Orbis News. Wspólnie z wydawnictwem Pascal opracowano samochodowy atlas Polski, wzbogacony o przewodnik turystyczny i informacje o hotelach Grupy Orbis.

W 2005 r. w ramach kampanii wizerunkowych Grupy, ofertowych oraz poszczególnych marek opublikowano **serię ogłoszeń reklamowych** w wysokonakładowych dziennikach (Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza, Puls Biznesu), w prestiżowych i opiniotwórczych tygodnikach społeczno-kulturalnych i ekonomicznych (Wprost, Polityka, Forum, Newsweek, Forbes, Przekrój, Ozon, Businessman Magazine, Business Week, The Warsaw Voice, Nowe Życie Gospodarcze), jak też magazynach (LOT Kalejdoscope, Sky Blue, Puls Golfa, Sukces, Podróże, National Geographic, Poland Monthly), czy w prasie branżowej (Świat Kongresów i Targów, TTG, Wiadomości Turystyczne, Warsaw, Gdańsk, Poznań, Wrocław In Your Pocket). Oprócz tradycyjnych, pełnostronicowych ogłoszeń reklamowych, wykorzystano takie formy, jak wywiady, teksty sponsorowane, cykle prezentacji (np. w tygodniku The Warsaw Voice). Zamieszczono informacje o ofercie hoteli Grupy w znanych i poszukiwanych katalogach i informatorach branżowych.

**Działalność sponsoringowa** Grupy Hotelowej ORBIS pozwala na bezpośrednie promowanie znaku firmowego oraz wiedzy o firmie jako o mecenasie ważnych wydarzeń społecznych i kulturalnych. W 2005 r. kontynuowano współpracę partnerską z Polską Organizacją Turystyczną i sponsorską z Polskim Czerwonym Krzyżem oraz Caritas Polska. Ponadto Orbis S.A. był sponsorem wielu prestiżowych imprez m.in. wystawy malarstwa francuskiego Blaski i Cienie w Zamku Królewskim w Warszawie.

W 2005 r. firma wzięła udział w najważniejszych **imprezach targowych** branży turystycznej w kraju i za granicą, organizując stoiska wystawiennicze m.in. na: Targach Turystycznych TT Warsaw Tour & Travel w Warszawie, ITB w Berlinie, WTM w Londynie, MITT w Moskwie. Podczas ww. imprez prezentowana była pełna oferta hoteli grupy oraz indywidualne produkty hoteli. Wśród klientów indywidualnych promowano system rezerwacji hotelowej OrbisOnLine. Przedstawiciele Centralnego Biura Sprzedaży -

Rynek Turystyki i Wypoczynku nawiązywali kontakty z biurami podróży, touroperatorami - aktualnymi i potencjalnymi kontrahentami, rozpoznawali ofertę konkurencji.

Jednym z głównych celów marketingowych jest przygotowanie i wprowadzenie w życie strategii marketingowej dla każdej z marek z zakresu: produktu, budowania ofert, koordynowania programów i promocji marki, reklamy, PR oraz polityki cenowej. Strategie marek Sofitel, Novotel i Mercure uwzględniają wytyczne międzynarodowe oraz realne potrzeby danego hotelu i warunki lokalne.

W 2005 r. realizowany był w nowej wersji **program Orbis Gold Club**, przeprowadzono negocjacje z nowym partnerem Orlen w ramach **programu Vitay**. Orbis został również partnerem programu karty MasterCard. Stworzony został program lojalnościowy Orbisu i wydawnictwa Pascal. W ramach współpracy z LOT, odbyły się liczne promocje dla posiadaczy kart Miles and More.

W 2005 r. kontynuowano wprowadzanie zasad dynamicznego kształtowania cen, mającego na celu zoptymalizowanie sprzedaży usług hoteli Grupy Orbis, poprzez lepsze pozycjonowanie i dopasowanie do konkurencyjnego rynku.

## 2.2.6 ZATRUDNIENIE I KOSZTY OSOBOWE

Przeciętne zatrudnienie w 2005 r. było o 7,9% niższe od poziomu z roku poprzedniego. Jest to rezultatem zamknięcia hoteli: Tranzyt, Wanda, Europejski, Reda, Grand Sopot i Solec oraz redukcji zatrudnienia w funkcjonujących hotelach o 6,4%. Zmniejszenie zatrudnienia w Biurze Zarządu o 7,9% było efektem przeprowadzonych w II półroczu 2005 r. zmian organizacyjnych.

Wskaźnik zatrudnienia na 1 pokój dostępny w oddziałach hotelowych obniżył się z 0,47 do 0,44.

**Tab. 3 Zatrudnienie w Orbis S.A. (w etatach)**

|                                | I – XII 2005   | I - XII 2004   | % zmiany     |
|--------------------------------|----------------|----------------|--------------|
| I. Usługi hotelowe /1. do 5./  | 3 155,7        | 3 418,7        | -7,7%        |
| 1. Noclegi                     | 1 143,4        | 1 216,1        | -6,0%        |
| 2. Gastronomia                 | 1 864,8        | 2 008,3        | -7,1%        |
| 3. Usługi różne                | 53,4           | 68,0           | -21,5%       |
| 4. Działalność pomocnicza      | 67,9           | 98,4           | -31,0%       |
| 5. Działalność handlowa        | 26,2           | 27,9           | -6,3%        |
| II. Administracja i dyrekcja   | 763,8          | 834,8          | -8,5%        |
| III Eksploatacja nieruchomości | 411,9          | 461,9          | -10,8%       |
| IV. Marketing                  | 229,0          | 236,5          | -3,2%        |
| <b>RAZEM:</b>                  | <b>4 560,4</b> | <b>4 951,9</b> | <b>-7,9%</b> |

Realizacja programu racjonalizacji zatrudnienia i dyscyplinowanie polityki płacowej pozwoliły na zmniejszenie kosztów osobowych w hotelach o 2,7% w porównaniu do roku ubiegłego i 1,9% w odniesieniu do planu. Udział kosztów osobowych w przychodach operacyjnych hoteli wyniósł 29,5% i był niższy o 0,4 pkt % od uzyskanego w 2004 r., pomimo obniżenia przychodów operacyjnych. Zmniejszenie wskaźnika udziału kosztów osobowych w przychodach operacyjnych o 0,4 pkt % nie pokazuje pełnego efektu racjonalizacji zatrudnienia z uwagi na zamknięcie w 2005 r. 6 hoteli, w których utrata przychodów wyprzedzała moment pełnego zamknięcia działalności. Udział kosztów osobowych w przychodach operacyjnych hoteli prowadzących działalność przez cały 2005 r. wyniósł 28,6% i był niższy od uzyskanego w 2004 r. o 0,9 pkt %.

Koszty wypłaconych odpraw i odszkodowań związanych z likwidacją 474 stanowisk pracy wyniosły 9 419,9 tys. PLN. Ponadto zawiązano rezerwę na koszty restrukturyzacji zatrudnienia w kwocie 3 508 tys. PLN w związku z kontynuacją programu restrukturyzacji organizacyjnej i racjonalizacji zatrudnienia oraz wykorzystano rezerwę na koszty restrukturyzacji hotelu Europejski zawiązaną w 2004 r. w kwocie 2 969,6 tys. PLN.

Wynagrodzenia osobowe wypłacone w 2005 r. wyniosły 158,6 mln PLN (były o 2,7% niższe od wypłaconych w roku poprzednim). Przeciętne wynagrodzenie w wysokości 2 898 PLN było wyższe od wypłaconego w roku poprzednim o 5,7%. Przyrost ten w znacznym stopniu wynika ze wzrostu 13-tej

i 14-tej pensji w efekcie poprawy wyników operacyjnych i finansowych hoteli oraz zmiany struktury płac będącej skutkiem restrukturyzacji zatrudnienia.

W ramach projektu Orbis Firma XXI rozpoczęto proces restrukturyzacji hoteli, utworzono nowe struktury regionalne i powołano Dyrektorów Regionalnych.

Uruchomiony został proces regionalizacji funkcji eksploatacji technicznej i księgowości, a także sprzedaży. Rozpoczęto prace nad projektem regionalizacji administracji kadrowej i płacowej. Przeprowadzono także restrukturyzację Biura Zarządu. Opracowano nowy Regulamin organizacyjny i wdrożono wynikającą z tego nową strukturę organizacyjną Biura Zarządu.

W celu złagodzenia skutków wynikających z wprowadzenia w życie programu Orbis XXI wieku podpisano ze związkami zawodowymi Porozumienie Ogólne, które ma obowiązywać do końca 2007 r.

Kontynuowanie procesu racjonalizacji zatrudnienia i kosztów osobowych przyniesie dalszą poprawę rentowności hoteli.

W 2005 r. były zrealizowane 202 szkolenia dla Oddziałów ORBIS S.A. Głównymi obszarami były szkolenia z zakresu wdrażanych norm HACCP, szkolenia dla obsługi gastronomicznej dla szefów kuchni, sommelierów, barmanów, jak również szkolenia z zakresu obsługi klientów w recepcji, restauracjach, obsłudze pięter. Został również opracowany program rozwoju pracowników na lata 2006-2007, mający na celu przygotowanie pracowników Orbis S.A. do działania na konkurencyjnym rynku usług hotelarsko-gastronomicznych.

#### **2.2.7 INNE ISTOTNE CZYNNIKI WEWNĘTRZNE**

**Zakończenie sporu o Hotel Europejski w Warszawie.** Zarząd Spółki 6 kwietnia 2005 r. podjął decyzję o rozpoczęciu z tym dniem likwidacji Oddziału Orbis S.A. Hotel Europejski w Warszawie oraz o przekazaniu hotelu Europejski spółce Hotel Europejski w Warszawie Spółka Akcyjna (HE S.A.) do dnia 31 sierpnia 2005 r. Hotel Europejski przyjmował gości do dnia 30 czerwca 2005 r. Decyzja Zarządu uwzględniała treść otrzymanych przez Orbis S.A. wyroków Sądów Apelacyjnych wraz z uzasadnieniem, w których oddalono roszczenia Orbis S.A. o przeniesienie własności nieruchomości pod hotelem Europejski na rzecz Orbis S.A. za wynagrodzeniem oraz ustalenie nieważności umowy o ustanowieniu użytkowania wieczystego tej nieruchomości na rzecz HE S.A.

W dniu 1 września 2005 r. Orbis S.A. i HE S.A., na zasadzie poczynionych nawzajem ustępstw, zawarły umowę, która kończy polubownie wszelkie spory i jest podstawą ostatecznego rozliczenia w zakresie wszelkich istniejących lub mogących powstać względem siebie roszczeń dotyczących hotelu Europejski w Warszawie. Orbis S.A. zapłacił HE S.A. 29 000 000 PLN plus VAT. Jednocześnie z zawarciem ww. umowy nastąpiło wydanie HE S.A. nieruchomości hotelu Europejski.

**Transakcja sprzedaży hotelu Wanda w Krakowie.** W dniu 23 listopada 2005 r. została zawarta umowa warunkowa sprzedaży prawa użytkowania wieczystego działek gruntowych, o łącznej powierzchni 30.441 m<sup>2</sup> oraz prawa własności zlokalizowanego na nich hotelu Wanda. Cena dla całej transakcji wyniosła 26,4 mln PLN, w tym budynki i budowlę 6,7 mln PLN, a cena brutto (22% VAT) 32,2 mln PLN. Zapłata ceny w całej wysokości nastąpiła po zawarciu powyższej umowy.

Zgodnie z postanowieniami umowy warunkowej, w dniu 28 grudnia 2005 r. zostały zawarte 2 umowy sprzedaży:

- umowa ostateczna sprzedaży prawa własności hotelu Wanda oraz prawa użytkowania wieczystego działek gruntowych o łącznej powierzchni 27.967 m<sup>2</sup> za cenę 25,6 mln PLN (w tym budynki i budowlę jw.), cena brutto 31,2 mln PLN;
- umowa warunkowa sprzedaży prawa użytkowania wieczystego niezabudowanej działki gruntu o pow. 156 m<sup>2</sup> za cenę 100,9 tys. PLN (brutto: 123,1 tys. PLN), pod warunkiem rezygnacji z prawa pierwokupu przysługującego Gminie Miasto Kraków.

W dniu 30 marca 2006 r. została zawarta ostateczna umowa sprzedaży działki opisanej w pkt 2 powyżej (Gmina Miasta Kraków zrezygnowała z prawa pierwokupu). Do pełnego zamknięcia całej transakcji pozostaje zawarcie umowy ostatecznej sprzedaży pozostałych działek gruntowych o łącznej powierzchni 2.318 m<sup>2</sup> za cenę netto 749,5 tys. zł, co powinno nastąpić do końca 2006 r.

**Polityka Spółki w zakresie ubezpieczeń.** Orbis S.A. realizuje następujące ubezpieczenia:

- ryzyka odpowiedzialności cywilnej związanej z prowadzoną działalnością hotelarską, w ramach którego ubezpieczeniem objęta jest odpowiedzialność cywilna z tytułu prowadzenia działalności hotelarskiej, gastronomicznej i innych usług towarzyszących, realizowanej przez wszystkie oddziały hotelowe wraz ze wskazanymi w polisach obiektami przyhotelowymi i niehotelowymi,
- ryzyka odpowiedzialności cywilnej członków jej organów, tj. Zarządu i Rady Nadzorczej (D&O) gdzie ubezpieczeniem objęta jest odpowiedzialność cywilno-prawna wobec Spółki i osób trzecich wszystkich członków Zarządu i Rady Nadzorczej (do lipca 2005 r. również Prokurenta Spółki) z tytułu uchybień popełnionych przy wykonywaniu czynności zawodowych w ramach pełnionych funkcji członków organów Spółki,
- ryzyka majątkowego, obejmującego wszystkie oddziały hotelowe wraz z obiektami przyhotelowymi oraz obiekty niehotelowe Spółki, wycenione według ich wartości nowoodtworzeniowej (za wyjątkiem kilku oddziałów, wycenionych według wartości księgowej).

### 3. RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT

**Tab. 4 Rachunek zysków i strat**

| w tys. PLN                                                          | 2005           | 2004           | % zmiany      |
|---------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów</b> | 574 650        | 578 092        | -0,6%         |
| <i>% udział w przychodach ogółem</i>                                | <b>89,54%</b>  | <b>92,27%</b>  | <b>-2,7%</b>  |
| Koszt własny sprzedaży                                              | -432 645       | -436 911       | -1,0%         |
| koszty sprzedaży i marketingu                                       | -41 152        | -39 549        | 4,1%          |
| koszty ogólnego zarządu                                             | -93 698        | -88 831        | 5,5%          |
| w tym:                                                              |                |                |               |
| - koszty amortyzacji                                                | -100 733       | -99 801        | 0,9%          |
| - koszty zatrudnienia                                               | -199 007       | -203 913       | -2,4%         |
| - koszty usług obcych                                               | -120 590       | -116 718       | 3,3%          |
| <i>% udział w kosztach ogółem</i>                                   | <b>93,11%</b>  | <b>90,67%</b>  | <b>2,4%</b>   |
| Pozostałe przychody operacyjne                                      | 66 058         | 46 492         | 42,1%         |
| Pozostałe koszty operacyjne                                         | -23 223        | -53 702        | -56,8%        |
| <b>EBITDA</b>                                                       | <b>150 723</b> | <b>105 392</b> | <b>43,0%</b>  |
| <b>Wynik operacyjny - EBIT</b>                                      | <b>49 990</b>  | <b>5 591</b>   | <b>794,1%</b> |
| <b>Aktualizacja niefinansowych aktywów trwałych</b>                 | <b>67 429</b>  | <b>46 282</b>  | <b>45,7%</b>  |
| Zysk (strata) na sprzedaży jednostek podporządkowanych              |                | 20             | -100,0%       |
| Przychody finansowe                                                 | 1 087          | 1 909          | -43,1%        |
| Koszty finansowe                                                    | -18 755        | -4 454         | 321,1%        |
| <b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>                           | <b>99 751</b>  | <b>49 348</b>  | <b>102,1%</b> |
| Podatek dochodowy                                                   | -17 819        | -8 090         | 120,3%        |
| Straty z działalności zaniechanej                                   |                |                |               |
| <b>Zysk (strata) netto</b>                                          | <b>81 932</b>  | <b>41 258</b>  | <b>98,6%</b>  |
| marża EBIT (EBIT/Przychody)                                         | 8,7%           | 1,0%           | 7,7%          |
| marża EBITDA (EBITDA/Przychody)                                     | 26,2%          | 18,2%          | 8,0%          |

Na wyniki prezentowane w 2005 r. najsilniej wpłynęły następujące wielkości i zdarzenia:

Orbis S.A. wypracował **przychody ze sprzedaży** w wysokości 574 650 tys. PLN, co w porównaniu z 2004 r. oznacza niewielki spadek o 0,6%. Utrzymanie przychodów na poziomie zbliżonym do roku ubiegłego nastąpiło przy wzroście frekwencji w 2005 r., któremu dodatkowo towarzyszył nieznaczny spadek średniej ceny za pokój.

**Koszt własny sprzedaży** Spółki w 2005 r. zmalał o 1% w porównaniu do ubiegłego roku, na co złożyły się m.in. niższe niż w 2004 r. koszty wynagrodzeń.

**Koszty sprzedaży i marketingu** Orbis S.A. wzrosły o 4,1%, przede wszystkim jako efekt większych niż w tym samym okresie ubiegłego roku kosztów usług zewnętrznych.

**Koszty ogólnego zarządu** Spółki wzrosły o 5,5%. Wzrost był związany z wyższymi niż w 2004 r. kosztami utrzymania stanowiska pracy oraz kosztami związanymi z organizacją regionów operacyjnych.

Największą pozycją w **pozostałych przychodach operacyjnych** Orbis S.A., wyższych o 42,1% niż 2004 r., był dochód na sprzedaży hotelu Wanda.

Niższe kwoty dotyczyły rozwiązania rezerw, w tym na koszty procesów sądowych związanych z hotelem Europejskim, przychodów ze znaków towarowych oraz otrzymanych odszkodowań.

W 2004 r. na poziom pozostałych przychodów operacyjnych znaczny wpływ miało rozwiązanie rezerwy na zobowiązania z tytułu ryzyka związanego z Warimpex Leasing AG.

**Pozostałe koszty operacyjne** były o 56,8% niższe niż w 2004 r. na skutek jednorazowych zdarzeń, które miały miejsce w ubiegłym roku, zwłaszcza zawiązania rezerwy na zobowiązania z tytułu sporu o hotel Europejski na zabezpieczenia ewentualnych kosztów.

**Wynik operacyjny (EBIT)** Spółki wypracowany w 2005 r. wyniósł 49 990 tys. PLN, znaczny wzrost w stosunku do 2004 r., wynika z różnicy wysokości odpisu aktualizującego wartość rzeczowego majątku trwałego..

Zwiększony wynik operacyjny przełożył się na wzrost o 43,0% wyniku operacyjnego powiększonego o amortyzację (**EBITDA**).

Aktualizacja niefinansowych aktywów trwałych, wynikająca z testu na utratę wartości rzeczowych aktywów trwałych, wyniosła 67 429 tys. PLN.

W **pozostałych przychodach finansowych** niższych o 43,1%, w porównaniu z 2004 r., główną pozycję stanowią odsetki od lokat bankowych.

Na **koszty finansowe**, które w 2005 r. wzrosły o 321,1%, złożyły się odsetki od kredytów oraz koszt realizacji transakcji SWAP. Niższy poziom kosztów finansowych w 2004 r. był w znacznej mierze skutkiem wyceny instrumentów finansowych SWAP posiadanych przez Orbis S.A., oraz dodatnich różnic kursowych związanych z wyceną kredytów pożyczek w walucie obcej, które zmniejszyły w obu latach wartość kosztów finansowych.

Opisane powyżej czynniki spowodowały, że w 2005 r. Orbis S.A. osiągnął 81 932 tys. PLN **zysku netto**, co oznacza prawie dwukrotną poprawę w porównaniu z 2004 r.

#### 4. WYNIKI OPERACYJNE HOTELI

Czynnikiem, który pozytywnie wpłynął na poziom przychodów operacyjnych hoteli Orbis S.A. w 2005 r. był wzrost sprzedanych pokojonocy o 4,4% zarówno w segmencie gości krajowych, jak i zagranicznych. Nastąpiło zwiększenie udziału klientów biznesowych w strukturze gości wynikające z dużej dynamiki wzrostu sprzedanych pokojonocy w tej grupie (108,8%). Średnia cena ukształtowała się na poziomie o 4,7% niższym niż w 2004 r., w wyniku niskiego kursu Euro, co szczególnie wpłynęło na wysokość średniej ceny w segmencie turystyka (91,3% poziomu z 2004 r.) oraz dużej konkurencji na znaczących dla wyników Spółki rynkach. Pomimo powyższych czynników RevPAR wzrósł o 2,1% i wyniósł 91,2 PLN.

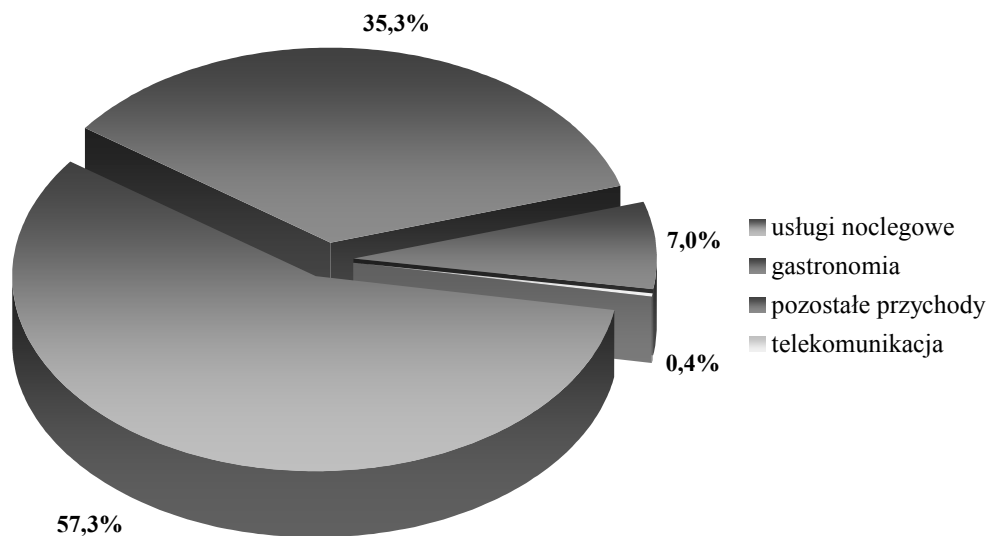
**Tab. 5 Wskaźniki operacyjne w hotelach Orbis S.A.**

**ORBIS S.A.**

|                                                                   | 2005          | 2004          | % zmiany /<br>zmiana w pkt<br>% |
|-------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------------------------|
| liczba pokoi                                                      | 9 781         | 10 007        | -2,3%                           |
| liczba sprzedanych pokojonocy                                     | 1 729 126     | 1 655 650     | 4,4%                            |
| struktura sprzedanych pokojonocy w %                              |               |               |                                 |
| Polacy                                                            | 36,1%         | 36,2%         | -0,1%                           |
| cudzoziemcy                                                       | 63,9%         | 63,8%         | 0,1%                            |
| klienci biznesowi                                                 | 57,8%         | 55,5%         | 2,3%                            |
| klienci turystyczni                                               | 42,2%         | 44,5%         | -2,3%                           |
| frekwencja                                                        | 48,4%         | 45,2%         | 3,2%                            |
| średnia cena za pokój (ADR) w PLN                                 | 188,2         | 197,4         | -4,7%                           |
| średnia cena za pokój w segmencie biznes (ADR biznes) w PLN       | 219,9         | 227,6         | -3,4%                           |
| średnia cena za pokój w segmencie turystyka (ADR turystyka) w PLN | 145,5         | 159,4         | -8,7%                           |
| przychód na 1 dostępny pokój RevPAR w PLN                         | 91,2          | 89,3          | 2,1%                            |
| Wynik operacyjny brutto (GOP)                                     | 190 456 250,1 | 190 126 288,4 | 0,2%                            |
| Wynik operacyjny brutto (GOP) - % brutto                          | 33,5%         | 33,1%         | 0,4%                            |

W analizowanym okresie **przychody operacyjne** ukształtowały się na poziomie 567,7 mln PLN i były niższe od ubiegłorocznych o 1,1%. W ramach poszczególnych działalności dynamika przychodów ukształtowała się następująco: usługi noclegowe 99,6%, gastronomia 99,2%, pozostałe przychody 94,3% oraz telekomunikacja 73,8%.

**Wykres 5 Struktura przychodów operacyjnych w hotelach Orbis S.A.**



Największy przyrost przychodów uzyskały hotele z rynku wrocławskiego (wzrost o 12,4%), następnie z rynku katowickiego (o 9,7%), krakowskiego (o 7,0%) oraz z Trójmiasta (o 2,8%). Grupa hoteli poznańskich uzyskała przychody operacyjne wyższe o 2,4% od ubiegłorocznych, natomiast hotele z rynku szczecińskiego odnotowały spadek sprzedaży o 4,7% (w październiku 2005 r. zamknięto hotel Reda). Największy spadek przychodów zanotowano w hotelach z rynku warszawskiego (o 13,5%) z powodu

bardzo silnej konkurencji oraz zmniejszenia bazy hotelowej Orbis S.A. o dwa obiekty w ciągu roku (Europejski, Solec).

**Koszty operacyjne** działalności hotelowej w okresie I-XII 2005 r. wyniosły 215,6 mln PLN i w odniesieniu do wykonania ubiegłego roku były niższe o 1,0%. W ramach poszczególnych działalności dynamika kosztów ukształtowała się następująco: gastronomia 99,4%, usługi noclegowe 99,3%, pozostałe przychody 97,2% oraz telekomunikacja 82,1%. Dzięki niższej dynamice kosztów niż przychodów poprawie uległa efektywność działalności noclegowej. Wskaźnik % brutto dla kosztów noclegów zmniejszył się o 0,1 pkt % i wyniósł 21,8%. Natomiast nieznaczemu pogorszeniu uległa efektywność działalności gastronomicznej, wskaźnik % brutto dla kosztów gastronomii wzrósł o 0,2 pkt % i wyniósł 64,2%.

Wykonanie **kosztów niepodzielonych** w 2005 r. ukształtowało się na poziomie 161,6 mln PLN, niższym o 2,8% od ubiegłorocznego. Wpłynęło na to znaczne zmniejszenie kosztów w ramach eksploatacji nieruchomości (spadek o 5,5%) oraz administracji i dyrekcji (spadek o 4,0%).

W 2005 r. hotele Orbis S.A. wypracowały **wynik operacyjny brutto (GOP)** w wysokości 190,5 mln PLN. Poziom ten oznacza wzrost o 0,2% w stosunku do wykonania 2004 r. Wskaźnik % brutto dla GOP wzrósł o 0,4 pkt % i wyniósł 33,5%, świadcząc o dalszej poprawie efektywności działalności operacyjnej hoteli.

Największy przyrost GOP uzyskały hotele z aglomeracji katowickiej (wzrost o 46,9%), następnie z rynku wrocławskiego (o 33,5%), krakowskiego (o 19,2%), poznańskiego (o 11,9%) oraz Trójmiasta (o 7,4%). Hotele z rynku szczecińskiego odnotowały spadek GOP o 15,7%, a hotele z aglomeracji warszawskiej spadek GOP o 24,5%, co jest konsekwencją uzyskania przychodów na poziomie niższym niż w 2004 r.

## **5. BILANS**

### **5.1. AKTYWA TRWAŁE**

W pozycji tej dominują rzeczowe aktywa trwałe, a w nich przede wszystkim budynki hotelowe, lokale i obiekty inżynierii lądowej i wodnej oraz grunty i prawa wieczystego użytkowania gruntu. W 2005 r. na zmianę poziomu aktywów trwałych miały wpływ: sprzedaż budynku hotelu Wanda w Krakowie oraz prawa wieczystego użytkowania działek, związanych z tym hotelem, a ponadto w związku z planowaną konwersją na markę Etap likwidacja trzech wspomnianych wcześniej Oddziałów Orbis S.A. (Reda w Szczecinie, Solec w Warszawie oraz Tranzyt w Częstochowie).

### **5.2. AKTYWA OBROTOWE**

Najważniejszą pod względem znaczenia wartością aktywów obrotowych są należności, w tym: handlowe (12,7% w ogólnej wartości aktywów obrotowych) i inne (38,3%), na które składają się między innymi należności z tytułu podatków, ceł i ubezpieczeń społecznych oraz rozrachunki z pracownikami. Obie kategorie należności wzrosły w stosunku do ubiegłego roku odpowiednio o 22,8% i 44,3%. Niemal 26,6% wszystkich aktywów obrotowych stanowią środki pieniężne na rachunkach i na lokatach bankowych. Na przestrzeni 2005 r. nastąpił 60% spadek wartości pozycji aktywa finansowe wyceniane według wartości godziwej przez rachunek zysków i strat, będący rezultatem transakcji przeprowadzanych na papierach wartościowych.

### **5.3. ZOBOWIĄZANIA I REZERWY DŁUGOTERMINOWE**

Dominującą pozycją są zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek, które stanowią 83,5% ogółu wszystkich długoterminowych zobowiązań i rezerw. W IV kwartale 2005 r. Spółka spłaciła zobowiązanie z tytułu kredytu konsorcjalnego w EUR, jednocześnie zaś zaciągnęła kredyt długoterminowy na sfinansowanie przyjętej strategii rozwoju w PLN. Dodatkowo w związku z wcześniejszą spłatą kredytu w walucie nastąpiło rozliczenie transakcji SWAP zabezpieczających Spółkę przed ryzykiem kursowym, do tej pory prezentowanych w bilansie jako zobowiązania długoterminowe inne. Główną pozycją rezerw jest rezerwa na świadczenia pracownicze.

Tab. 7 Bilans

| Orbis S.A.                  |                       |                       |                                                            |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------|
| w tys. PLN                  | stan na<br>31.12.2005 | stan na<br>31.12.2004 | % zmiana w ciągu 12<br>miesięcy zakończonych<br>31.12.2005 |
| Aktywa trwałe               | 1 980 642             | 1 955 987             | 1,3%                                                       |
| % udział w sumie bilansowej | 93,6%                 | 94,0%                 |                                                            |
| Aktywa obrotowe             | 136 106               | 125 343               | 8,6%                                                       |
| % udział w sumie bilansowej | 6,4%                  | 6,0%                  |                                                            |
| <b>RAZEM AKTYWA</b>         | <b>2 116 748</b>      | <b>2 081 330</b>      | <b>1,7%</b>                                                |
| Kapitał własny              | 1 606 344             | 1 540 156             | 4,3%                                                       |
| % udział w sumie bilansowej | 75,9%                 | 74,0%                 |                                                            |
| Zobowiązania i rezerwy      | 510 404               | 541 174               | -5,7%                                                      |
| % udział w sumie bilansowej | 24,1%                 | 26,0%                 |                                                            |
| <b>RAZEM PASYWA</b>         | <b>2 116 748</b>      | <b>2 081 330</b>      | <b>1,7%</b>                                                |

#### 5.4. ZOBOWIĄZANIA I REZERWY KRÓTKOTERMINOWE

Ponad 78% wartości zobowiązań i rezerw krótkoterminowych stanowią łącznie zobowiązania handlowe oraz zobowiązania krótkoterminowe inne. W tej drugiej pozycji dominują zobowiązania publiczno-prawne oraz zaliczki i przedpłaty. W pozycji kredyty krótkoterminowe znajduje się bieżąca część kredytu zaciągniętego przez Orbis S.A. na pokrycie potrzeb inwestycyjnych Spółki.

#### 5.5. ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU KREDYTÓW I POŻYCZEK

Poniżej przedstawione zostały szczegółowe informacje dotyczące zadłużenia Orbis S.A.:

- Zarząd Orbis S.A. podjął decyzję o wcześniejszej dobrowolnej spłacie wszelkich zobowiązań kredytowych wynikających z Umowy Kredytu z dnia 26 marca 2001 r. (o której podpisaniu informowano w raporcie nr 7 z 2001 r.) zawartej pomiędzy Orbis S.A. a konsorcjum banków zorganizowanym przez Credit Lyonnais (raport bieżący Spółki nr 35/2005).
- Zarząd Orbis S.A. poinformował o zawarciu w dniu 10 listopada 2005 r. umowy kredytów terminowych w wysokości 500.000.000 PLN pomiędzy Orbis S.A. (Kredytobiorca), Hekon - Hotele Ekonomiczne S.A. (Gwarant) oraz Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. (Organizator, Agent i Agent Zabezpieczenia), Société Générale S.A. Oddział w Polsce (Organizator i Agent Dokumentacyjny) oraz Bankiem Zachodnim WBK S.A. i Calyon S.A. (raport bieżący Spółki nr 36/2005).
- Zarząd Orbis S.A. w dniu 24 listopada 2005 r. podpisał Porozumienie z Bankiem Société Générale S.A. Oddział w Polsce, będącym stroną transakcji zabezpieczających przed ryzykiem kursowym transzę kredytu w Euro wykorzystaną na częściowe sfinansowanie zakupionych w 2003 r. 100% akcji Spółki Hekon Hotele - Ekonomiczne S.A. (raport bieżący spółki nr 37/2005). Porozumienie przewiduje wcześniejsze rozliczenie z tytułu ww. transakcji jedną kwotą na zasadzie kompensacji. Z chwilą rozliczenia w trybie określonym powyżej, wszelkie zobowiązania stron wynikające z transakcji (o których informowano w raporcie nr 17/2004) wygasły. Wcześniejsze rozliczenie transakcji nastąpiło według warunków uzgodnionych i określonych pomiędzy stronami w ww. Porozumieniu. Na podstawie tego Porozumienia w dniu 25.11.2005 r. strony uzgodniły warunki i termin rozliczenia oraz zamknięcia transakcji na 30.11.2005 r.

- W dniu 14 grudnia 2005 r. dokonano spłaty odroczonej płatności, nominowanej w Euro, dotyczącej II raty ceny nabycia za akcje Hekon - Hotele Ekonomiczne S.A. Informacja na ten temat znajduje się w raporcie bieżącym nr 39/2005.
- W dniu 16 grudnia 2005 r. Zarząd dodatkowo poinformował, że Spółka nie posiada zadłużenia w walutach obcych, co było jednym z głównych celów refinansowania (raport bieżący Spółki nr 39/2005).

## 6. RACHUNEK PRZEPŁYWÓW ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH

**Tab. 8 Rachunek przepływów środków pieniężnych**

| w tys. PLN                             | 2005          | 2004           | % zmiany       |
|----------------------------------------|---------------|----------------|----------------|
| Przepływy z działalności operacyjnej   | 70 629        | 105 694        | -33,2%         |
| Przepływy z działalności inwestycyjnej | -6 548        | -81 819        | -92,0%         |
| Przepływy z działalności finansowej    | -39 391       | -40 530        | -2,8%          |
| <b>Razem przepływy pieniężne netto</b> | <b>24 690</b> | <b>-16 655</b> | <b>-248,2%</b> |
| Środki pieniężne na koniec okresu      | 36 243        | 11 553         | 213,7%         |

**Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej** osiągnęły w 2005 r. dodatni poziom, przy czym ich wielkość była o 33,2% mniejsza niż w roku poprzedzającym. Taka sytuacja miała miejsce pomimo zrealizowania w 2005 r. dwukrotnie wyższego (wzrost o 102,1% w stosunku do roku poprzedniego) zysku brutto.

Najistotniejszą dodatnią korektę wyniku brutto stanowiła jak zwykle amortyzacja, zaś największe ujemne korekty dotyczyły: odwrócenia odpisu aktualizującego wartość rzeczowego majątku trwałego, zmiany stanu rezerw, zysku z tytułu działalności inwestycyjnej, zysku z tytułu różnic kursowych, zmiany stanu należności i czynnych rozliczeń międzyokresowych oraz odsetek.

Generowanie dodatnich strumieni przepływów z podstawowej działalności pozwoliło na wykorzystanie w 2005 r. zysku operacyjnego jako najważniejszego źródła finansowania.

**Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej** analogicznie do 2004 r. osiągnęły wartość ujemną.

Najważniejsze wpływy pieniężne z tego tytułu dotyczyły: sprzedaży krótkoterminowych papierów wartościowych (nabytych w ramach lokowania przejściowo wolnych środków), sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych (głównie zbycie hotelu Wanda w Krakowie), dywidend (otrzymanych od Hekon – Hotele Ekonomiczne S.A. i Orbis Casino Sp. z o.o.), odsetek od pożyczek udzielonych podmiotom zależnym oraz sprzedaży udziałów w jednostkach powiązanych (zbycie 2000 udziałów w Globis Poznań Sp. z o.o. oraz 25 udziałów w Globis Wrocław Sp. z o.o.).

Najistotniejsze wypływy pieniężne z działalności inwestycyjnej stanowiły: wydatki na nabycie krótkoterminowych papierów wartościowych, wydatki na rzeczowy majątek trwały i wartości niematerialne i prawne, udzielone jednostkom zależnym pożyczki oraz wydatki na nabycie podmiotów powiązanych (objęcie 80% udziałów w Orbis Kontrakty Sp. z o.o.).

Ujemna wartość przepływów pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej w 2005 r. świadczy o dynamicznym rozwijaniu potencjału Spółki poprzez modernizację i poszerzanie istniejącej bazy noclegowej.

**Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej** w 2005 r. podobnie jak w roku poprzednim osiągnęły wartość ujemną.

Zrealizowane wpływy były związane z ciągnięciem kredytu zgodnie z umową kredytów terminowych z Bankiem Handlowym w Warszawie S.A. i Societe Generale S.A. Oddział w Polsce oraz Bankiem Zachodnim WBK S.A. i Calyon S.A..

Główne wypływy z tytułu działalności finansowej dotyczyły spłaty kredytu z konsorcjum banków z Calyon jako bankiem wiodącym oraz rozliczenia związanych z nim zabezpieczających transakcji terminowych

swap, realizacji odroczonej płatności dla Societe d'Exploitation Hotek Polska Sp. z o.o. dotyczącej zakupu akcji Hekon-Hotele Ekonomiczne S.A, a także spłaty przypadających na dany rok rat kapitałowych pożyczki BWE, wypłat odsetek związanych z bieżącą obsługą istniejącego zadłużenia oraz wypłaty dywidendy za 2004 r.

Ujemne przepływy z działalności finansowej są wynikiem wykorzystywania dźwigni finansowej jako dodatkowego (w stosunku do wypracowanego zysku operacyjnego) źródła pozyskania kapitału.

## 7. ANALIZA WSKAŹNIKOWA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Na podstawie sprawozdań finansowych (rachunek zysków i strat oraz bilans) przeprowadzono analizę obejmującą wskaźniki rentowności, aktywności i finansowania.

### 7.1. WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI

#### Wskaźnik rentowności kapitału (ROE)

|                                     | 2005         | 2004         |
|-------------------------------------|--------------|--------------|
| Zysk (strata) netto                 | 81 932       | 41 258       |
| Kapitał własny BO                   | 1 540 156    | 1 514 541    |
| Kapitał własny BZ                   | 1 606 344    | 1 540 156    |
| <b>Rentowność kapitału własnego</b> | <b>5,21%</b> | <b>2,70%</b> |

Wskaźnik ten pokazuje stopę zysku generowaną przez inwestowany w przedsiębiorstwo kapitał. W 2005 r. wskaźnik ten podwoił się z powodu wzrostu zysku netto przy utrzymaniu stałego poziomu kapitałów własnych.

#### Wskaźnik rentowności aktywów (ROA)

|                           | 2005         | 2004         |
|---------------------------|--------------|--------------|
| Zysk (strata) netto       | 81 932       | 41 258       |
| Aktywa razem BO           | 2 081 330    | 2 088 070    |
| Aktywa razem BZ           | 2 116 748    | 2 081 330    |
| <b>Rentowność aktywów</b> | <b>3,90%</b> | <b>1,98%</b> |

Wskaźnik ten pokazuje stopę zysku generowaną przez aktywa przedsiębiorstwa. W 2005 r. wskaźnik ten prawie podwoił się dzięki wzrostowi zysku netto przy w zasadzie nie zmienionym poziomie aktywów.

#### Wskaźnik rentowności sprzedaży netto (ROS)

|                                           | 2005          | 2004         |
|-------------------------------------------|---------------|--------------|
| Zysk (strata) netto                       | 81 932        | 41 258       |
| Przychody ze sprzedaży prod., tow. i mat. | 574 650       | 578 092      |
| <b>Rentowność sprzedaży netto</b>         | <b>14,26%</b> | <b>7,14%</b> |

Wskaźnik ten pokazuje jaki zysk netto generuje jedna jednostka sprzedaży. Rentowność sprzedaży netto podwoiła się i osiągnęła wysoki poziom (ponad 14%) dzięki wzrostowi zysku netto o 98,6%. Na zmianę zysku netto wpłynęło przede wszystkim:

- zwiększenie pozostałych przychodów operacyjnych o 19 566 tys. PLN (w tym zwiększenie dywidend otrzymanych o 8 675 tys. PLN oraz zysku ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych o 16 949 tys. PLN),
- zmniejszenie pozostałych kosztów operacyjnych o 30 479 tys. PLN (2004 r. był obciążony rezerwami w wysokości 29 822 tys. PLN na procesy dotyczące spornych aktywów).

## 7.2. WSKAŹNIKI AKTYWNOŚCI

### Okres spływu należności

|                                              | 2005        | 2004         |
|----------------------------------------------|-------------|--------------|
| Należności netto z tyt. dostaw i usług na BO | 14 141      | 18 226       |
| Należności netto z tyt. dostaw i usług na BZ | 17 364      | 14 141       |
| Przychody ze sprzedaży prod., tow. i mat.    | 574 650     | 578 092      |
| Dni                                          | 360         | 360          |
| <b>Okres spływu należności</b>               | <b>9,87</b> | <b>10,08</b> |

Wskaźnik ten pokazuje po ilu dniach średnio następuje spłata należności. W 2005 r. wskaźnik ten praktycznie nie uległ zmianie w porównaniu z rokiem 2004 i wynosił 10 dni.

### Szybkość regulowania zobowiązań

|                                               | 2005         | 2004         |
|-----------------------------------------------|--------------|--------------|
| Zobowiązania z tyt. dostaw i usług na BO      | 22 926       | 24 729       |
| Zobowiązania z tyt. dostaw i usług na BZ      | 37 294       | 22 926       |
| Koszty sprzed. prod., tow. i mat. / ilość dni | 432 645      | 436 911      |
| dni                                           | 360          | 360          |
| <b>Szybkość obrotu zobowiązań</b>             | <b>25,05</b> | <b>19,63</b> |

Wskaźnik ten pokazuje po ilu dniach średnio następuje regulowanie zobowiązań. Na koniec 2005 r. nastąpiło zwiększenie zobowiązań inwestycyjnych oraz udało się wydłużyć termin regulowania zobowiązań dzięki centralizacji zakupów. Proces ten będzie kontynuowany w kolejnych latach.

### Szybkość obrotu zapasów

|                                               | 2005        | 2004        |
|-----------------------------------------------|-------------|-------------|
| Zapasy BO                                     | 8 477       | 9 818       |
| Zapasy BZ                                     | 5 695       | 8 477       |
| Koszty sprzed. prod., tow. i mat. / ilość dni | 432 645     | 436 911     |
| dni                                           | 360         | 360         |
| <b>Szybkość obrotu zapasów</b>                | <b>5,90</b> | <b>7,54</b> |

Wskaźnik ten pokazuje ile dni średnio trwa cykl obrotu zapasami. W 2005 r. Spółka skróciła cykl obrotu zapasami o 1,6 dnia, m.in. dzięki lepszemu zarządzaniu zakupami.

## 7.3. WSKAŹNIKI FINANSOWANIA

### Stopa zadłużenia

|                         | 2005         | 2004         |
|-------------------------|--------------|--------------|
| Zobowiązania ogółem     | 510 404      | 541 174      |
| Suma pasywów            | 2 116 748    | 2 081 330    |
| <b>Stopa zadłużenia</b> | <b>24,1%</b> | <b>26,0%</b> |

Stopa zadłużenia informuje o stopniu w jakim aktywa są finansowane kapitałem obcym. W 2005 r. wskaźnik ten uległ nieznacznej poprawie dzięki spadkowi zobowiązań o 5,7% i wzrostowi kapitałów własnych o 4,3%.

#### Wskaźnik pokrycia odsetek

|                                  | 2005        | 2004       |
|----------------------------------|-------------|------------|
| EBIDTA                           | 150 723     | 105 392    |
| Koszty odsetek                   | 14 566      | 15 275     |
| <b>Wskaźnik pokrycia odsetek</b> | <b>10,3</b> | <b>6,9</b> |

Wskaźnik określa obciążenie przedsiębiorstwa spłatą odsetek. Wzrósł on w 2005 r. o 49,3% i wyniósł 10,3. Oznacza to, że koszty finansowe są na bardzo bezpiecznym poziomie, gdyż EBITDA generowana przez Spółkę jest w stanie pokryć 10 - krotnie koszty odsetek.

#### Wskaźnik pokrycia aktywów trwałych kapitałem własnym

|                                                             | 2005         | 2004         |
|-------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Kapitał własny                                              | 1 606 344    | 1 540 156    |
| Aktywa trwałe                                               | 1 980 642    | 1 955 987    |
| <b>Wskaźnik pokrycia aktywów trwałych kapitałem własnym</b> | <b>81,1%</b> | <b>78,7%</b> |

Wskaźnik pokazuje jaki procent aktywów trwałych finansowany jest kapitałem własnym. Wskaźnik ten poprawił się w 2005 r. o 2,4 pkt procentowego i osiągnął bardzo bezpieczny poziom 81,1%.

#### Wskaźnik bieżącej płynności

|                                        | 2005        | 2004        |
|----------------------------------------|-------------|-------------|
| Aktywa obrotowe                        | 136 106     | 125 343     |
| Zobowiązania i rezerwy krótkoterminowe | 229 431     | 210 211     |
| <b>Wskaźnik bieżącej płynności</b>     | <b>0,59</b> | <b>0,60</b> |

Wskaźnik bieżącej płynności informuje ile razy aktywa obrotowe pokrywają zobowiązania krótkoterminowe. Wskaźnik ten kształtuje się na niskim poziomie ze względu na niewielkie aktywa obrotowe Spółki i jej duże zadłużenie krótkoterminowe. W dużym stopniu jest to jednak zadłużenie wobec spółki córki Hekon S.A. Zdaniem Zarządu aktywa obrotowe zaspokajają obecne potrzeby Spółki.

### 7.4. INNE WSKAŹNIKI OCENY EFEKTYWNOŚCI

#### Wskaźnik produktywności aktywów obrotowych

|                                                   | 2005        | 2004        |
|---------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Przychody ze sprzedaży prod., tow. i mat.         | 574 650     | 578 092     |
| Aktywa obrotowe                                   | 136 106     | 125 343     |
| <b>Wskaźnik produktywności aktywów obrotowych</b> | <b>4,22</b> | <b>4,61</b> |

Wskaźnik ten pokazuje ile razy w ciągu roku następuje rotacja aktywów obrotowych. Wskaźnik ten nieco zmalał w 2005 r. ze względu na wzrost należności krótkoterminowych i stanu środków pieniężnych.

#### Wskaźnik produktywności aktywów trwałych

|                                                 | 2005        | 2004        |
|-------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Przychody ze sprzedaży prod., tow. i mat.       | 574 650     | 578 092     |
| Aktywa trwałe                                   | 1 980 642   | 1 955 987   |
| <b>Wskaźnik produktywności aktywów trwałych</b> | <b>0,29</b> | <b>0,30</b> |

Wskaźnik produktywności aktywów trwałych pokazuje efektywność wykorzystania środków trwałych uczestniczących w tworzeniu wartości sprzedaży. W 2005 r. utrzymał się na poziomie bardzo zbliżonym do osiągniętego w 2004 r.

**Wskaźnik pokrycia kapitałów obcych nadwyżką finansową**

|                                                              | 2005        | 2004        |
|--------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Zysk (strata) netto                                          | 81 932      | 41 258      |
| Amortyzacja                                                  | 100 733     | 99 801      |
| Zobowiązania ogółem                                          | 510 404     | 541 174     |
| <b>Wskaźnik pokrycia kapitałów obcych nadwyżką finansową</b> | <b>0,36</b> | <b>0,26</b> |

Wskaźnik wyraża relację między zobowiązaniami ogółem a dostępnymi środkami pieniężnymi (zysk netto + amortyzacja), które mogą być wykorzystane na ich zwrot. W 2005 r. wskaźnik ten poprawił się i wyniósł 0,36.

**8. ISTOTNE WYDARZENIA PO ZAKOŃCZENIU OKRESU SPRAWOZDAWCZEGO**

W związku z zatwierdzeniem przez Radę Nadzorczą aktualizacji strategii Spółki w zakresie rozwoju działalności hotelarskiej i inwestycji w latach 2006-2010 oraz podjęciem przez Zarząd w dniu 25 maja 2006 r. decyzji w sprawie realizacji zaktualizowanej strategii, informacje przekazane do wiadomości publicznej w Raporcie bieżącym nr 10/2005 na temat strategii rozwoju Grupy Hotelowej Orbis, zawierającej prognozę wyników finansowych, zostają zaktualizowane. Zarząd Spółki przedstawił zaktualizowaną strategię Grupy Hotelowej Orbis na lata 2006-2010 (raport bieżący 9/2006) i opublikował prognozę wybranych kategorii finansowych w tych latach.

Strategia Rozwoju Grupy Hotelowej ORBIS w latach 2006-2010 zakłada wprowadzenie marki Etap na rynek Polski, kontynuację rozwoju odnoszącej sukces marki Ibis oraz zmodernizowanie zmniejszonej liczby hoteli ORBIS na docelowe marki grupy Accor. Wymienione założenia tworzą niezmiennie fundamenty Strategii Rozwoju (patrz pkt 2.2.1 str. 10) i stanowią podstawę zaktualizowanego programu rozwoju obejmującego lata 2006-2010. Liczba hoteli ekonomicznych zwiększy się z obecnych 9 do 44. Rozwój sieci hoteli ekonomicznych dokonywany będzie głównie w drodze budowy nowych obiektów. Konwersje pozostałych hoteli będą kontynuowane, ale w mniejszym zakresie. W efekcie w Grupie ORBIS do końca 2010 r. będą 33 nowe hotele z ponad 3,6 tys. pokoi.

Na realizację Strategii ORBIS przeznaczy łącznie 863 mln PLN. Nakłady na kontynuowane, kompleksowe modernizacje hoteli wraz z nakładami odtworzeniowymi wyniosą 327 mln PLN. Na realizację programu budowy i rozwoju hoteli ekonomicznych pod marką Etap i Ibis przeznaczono nakłady w wysokości 487 mln PLN, a na rozwój innych marek nakłady na poziomie 49 mln PLN. ORBIS planuje również sprzedaż części aktywów, co pozwoli na lepsze wykorzystanie majątku Grupy i uzyskanie dodatkowych środków na sfinansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych.

W wyniku realizacji Strategii Grupa ORBIS obejmować będzie 83 hotele z 13,6 tys. pokoi.

**9. PLANY NA NASTĘPNE OKRESY**

**Program inwestycji.** W 2006 r. będą realizowane następujące projekty modernizacyjne: Grand w Warszawie, Grand w Sopocie, Novotel Centrum Gdańsk, Novotel Centrum Poznań, Mercure Hevelius Gdańsk, Posejdon Gdańsk, Novotel Centrum Katowice, Novotel Bronowice Kraków, Francuski Kraków, Novotel Malta Poznań, Mercure Kasprowy Zakopane.

W zakresie rozwoju segmentu hoteli ekonomicznych prowadzone będą następujące działania:

- prace budowlano-instalacyjne w hotelach Tranzyt (zakończenie prac planowane jest na sierpień 2006 r.) i Reda (zakończenie prac planowane jest na grudzień 2006 r.) w celu dostosowania do standardów marki Etap,
- budowa nowego hotelu Etap w miejscu hotelu Solec, przewidywane zakończenie grudzień 2006 r.,
- prace przygotowawcze do budowy hotelu Etap w Krakowie w bezpośrednim sąsiedztwie hotelu Novotel Bronowice oraz hotelu Etap w Gdańsku przy hotelu Mercure Hevelius,
- w fazie uzyskania decyzji o warunkach zabudowy znajdują się 2 kolejne obiekty na działkach będących własnością Orbis S.A. we Wrocławiu: przy hotelu Novotel i przy Motelu, co pozwoli na podjęcie dalszych działań inwestycyjnych,

- realizowane będą wstępne prace przygotowawcze związane z projektem budowy kompleksu 3 hoteli Novotel-Ibis-Etap w Gdyni,
- prowadzone są działania związane z oceną możliwości realizacji inwestycji w segmencie hoteli ekonomicznych w kilku innych lokalizacjach,
- prowadzone są badania nowych rynków i poszukiwania kolejnych działek w miastach zidentyfikowanych w Strategii zarówno pod kątem budowy hoteli Etap, jak i Ibis; poszukiwaniami objęte są w pierwszej kolejności działki w Rzeszowie, Białymstoku i Kielcach, gdzie zaplanowano otwarcie nowych hoteli Ibis.

**Zatrudnienie.** W zakresie zatrudnienia kontynuowanie procesu racjonalizacji zatrudnienia i kosztów osobowych przyniesie dalszą poprawę rentowności hoteli.

W 2006 r. planowane jest również wdrożenie procesu regionalizacji funkcji HR. W ramach działań podjętych w związku z realizacją powyższego celu projektu nastąpi całkowita modyfikacja procesów biznesowych z obszaru HR, przy jednoczesnej optymalizacji zatrudnienia w tej funkcji.

W 2006 r. zostanie uruchomiony program rozwojowy dla wszystkich pracowników na poszczególnych szczeblach struktury organizacyjnej ORBIS S.A. Celami tego programu będą:

- dla kadry zarządzającej: dostarczenie narzędzi do zarządzania w procesie zmiany, w szczególności przy wdrażaniu struktury macierzowej w przedsiębiorstwie,
- dla kadry kierowniczej średniego szczebla: dostarczenie narzędzi z zakresu zarządzania podnoszących efektywność i jakość usług,
- dla pracowników operacyjnych: dostarczenie narzędzi służących podnoszeniu jakości świadczonych usług, w tym obsługi klienta.

Dodatkowo będzie realizowane wsparcie szkoleniowe przy uruchamianiu modernizowanych i otwieranych nowych hoteli w Polsce.

**Działania promocyjno-reklamowe i PR.** Główne planowane działania w tym obszarze to:

- wprowadzenie nowej marki ekonomicznej na polskim rynku – Etap hotel,
- kontynuacja prowadzonych równolegle kampanii: multimarkowej - informacyjnej o Grupie Hotelowej ORBIS i jej markach oraz informacyjno-wizerunkowej poszczególnych marek Novotel, Mercure, Orbis Hotels, Ibis,
- budowanie nowych narzędzi sprzedaży i promocji (nowa edycja katalogu Sale Konferencyjno-Bankietowe, dodruk Orbis Hotel Group, Guide Book, broszury Wypoczynek w Hotelach Grupy Orbis),
- budowanie świadomości marek i Grupy Orbis poprzez sponsoring programów TV, fundowanie nagród w konkursach,
- wprowadzenie nowego programu Orbis Gold Club, Orlen Vitay, szukanie nowych partnerów strategicznych,
- wspieranie sprzedaży poprzez liczne promocje,
- promocja systemu rezerwacyjnego OrbisOnLine (ulotki, plakaty, portale internetowe),
- działania reklamowe związane z otwarciem hotelu Grand w Sopocie,
- realizacja planów marketingowych poszczególnych marek.