

## **K bodu č. 3 programu riadneho valného zhromaždenia**

**Tatry mountain resorts, a.s.**

### **Správa predstavenstva spoločnosti o výsledkoch podnikateľskej činnosti, stave majetku spoločnosti a finančnom hospodárení k 31.10.2017, obchodný plán a finančný rozpočet.**

Vážení akcionári, milovníci hôr,

máme za sebou ďalší úspešný rok TMR a s radosťou Vám môžeme odprezentovať naše doteraz najlepšie výsledky. Za uplynulý finančný rok 2016/17 sme zlepšili celkové výnosy o 18,1% a prevádzkový zisk pred odpismi je vyšší o 25,5%. Dosiahli sme čistý konsolidovaný zisk 6,990 mil. EUR s nárastom 155%.

Zima 2016/17 bola veľmi silná, s ideálnymi snehovými podmienkami väčšinu sezóny, končiac silnou Veľkou nocou a lyžovačkou v Tatrách aj počas apríla, čo sa odrazilo na náraste návštevnosti. Hotely TMR boli počas vrcholových termínov už tradične vyťažené na maximum. Pomohol nám aj bezkonkurenčný produkt Šikovná sezónka, ktorý využíva väčšina celosezónnych klientov. Návštevnosť v letnej sezóne sa udržala na úrovni predchádzajúceho rekordného roka aj napriek správam o výraznom oživení cestovania Slovákov, Čechov a Poliakov k moru vplyvom menej vypätej bezpečnostnej situácie v tradičných prímorských letoviskách. Highlightom vo Vysokých Tatrách bola ponuka Grandhotela Praha, ktorý prvé leto ponúkol svoj komfort pre klientov v nových renovovaných izbách a v Nizkých Tatrách sme obohatili ponuku o nový Hotel Pošta. V letnej sezóne sme verejnosti veľkolepo sprístupnili úplne vynovený poľský park Legendia s množstvom atrakcií, novou tematizáciou a brandom. Najväčším lákadlom bola nová unikátna horská dráha Lech coaster. Celkový počet návštevníkov v horských strediskách sa medziročne zvýšil o 8% a v zábavných parkoch o 9%. K výsledkom prispeli aj naše produkty a služby šité na mieru klientov cez program Gopass. Preto chceme aj naďalej motivovať klientov, aby sa registrovali do tohto vernostného programu. Ku koncu finančného roka evidujeme až 665 tisíc registrovaných klientov, nárast o 44%, k čomu pomohla aj naša mobilná aplikácia Gopass. Elektronický nákup skipasov a vstupov do parkov cez e-shop Gopass pokračuje v rastúcom trende a v minulom roku prispel 24% k celkovým predajom v Tatrách, pričom sa medziročne zlepšil o 15%. Pozitívne hodnotíme spoluprácu so všetkými ubytovacími subjektmi, ktoré využívali našu službu skipasov "na vankúš" ako aj spoluprácu s regionálnymi Oblastnými organizáciami cestovného ruchu. Prevádzku našich stredísk a parkov sme pravidelne podporovali našimi už tradičnými eventami a atrakciami, ako populárny Ľadový dóm na Hrebienku.

V našom segmente Realitné projekty sme vlani pozorovali výrazné oživenie. Predávali sme bungalovy Holiday Village Tatralandia, Chalets Jasná de Luxe na Otupnom a v novom Hoteli Pošta\*\*\*\* sme úplne vypredali apartmány určené na predaj. Tiež sme dokončili prvú fázu projektu Jasná Centrum s dvojpodlažnou budovou so zázemím služieb pre návštevníkov. V priestore sa nachádza centrálny dispečing s infocentrom a reklamačnou miestnosťou, pokladňa, lyžiarska škola Maxiland, samoobslužný depot lyží, suvenírový shop a luxusný Crystal bar s výhľadom na Chopok a vonkajšou terasou. Eskalátory umožňujú pohodlný prechod lyžiarov z parkovísk priamo ku zjazdovkám.

Čo sa týka investícií do rozvoja, v minulom roku sme preinvestovali 74 mil. EUR. Z toho 46 mil. EUR smerovalo do projektov modernizácie našich poľských projektov – strediska Szczyrk a Sliezskeho zábavného parku Legendia. V Szczyrku sme získali potrebné povolenia a postavili napríklad tri nové lanovky s prepravnou kapacitou 7 800 osôb za hodinu, novú zjazdovku, akumuláciu vodnú nádrž na zasnežovanie a zasnežovacie systémy. Tieto investície

posunuli stredisko Szczyrk o krok bližšie k úrovni našich slovenských stredísk, čo by sme mali pocítiť na výsledkoch už v roku 2017/18. V Legendii pribudli nové atrakcie ako už spomínaný Lech coaster. Na Slovensku sme investovali najmä do realitných projektov a infraštruktúry. Stavali sme nové Chalets Jasná de Luxe, Jasná Centrum, Hotel Pošta, renovovali hotelové izby a dokončili sme lanovku Krupová-Kosodrevina v stredisku Jasná. V rámci rozširovania našej obchodnej činnosti sme sa dohodli v uplynulom roku na prenájme a prevádzke českého horského strediska Ještěd, ktoré plánujeme úplne zmodernizovať. V strednodobom horizonte plánujeme obohatiť naše portfólio o veľké alpské stredisko, ktoré by naši klienti mohli využívať v rámci programu Gopass. Vďaka našim masívnym investíciám v predchádzajúcich obdobiach a našim bezkonkurenčným produktom máme zimnú sezónu 2017/18 dobre našliapnutú a sme optimistickí, čo sa týka pokračujúceho rastu TMR.

### Súhrn výsledkov finančného roka

- Celkové konsolidované výnosy sa zvýšili na 95,910 mil. EUR (81,202)
- Prevádzkový konsolidovaný zisk pred úrokmi, zdanením a odpismi (EBITDA) dosiahol 31,516 mil. EUR (25,111)
- TMR hospodárila s EBITDA maržou 32,9% (30,9)
- Čistý konsolidovaný zisk dosiahol na 6,990 mil. EUR (2,746)
- Čistý konsolidovaný zisk na akciu dosiahol 1,099 EUR (0,456)
- Počet návštevníkov v Horských strediskách vzrástol na 2,287 mil. (2,121) a Zábavné parky zaznamenali 855 tis. (784) návštevníkov

| Vybrané konsolidované výsledky (IFRS)<br>v €'000 | Pre rok končiaci 31. októbra |               |
|--|------------------------------|---------------|
|  | 2016/17                      | 2015/16       |
| Tržby  | 95 683                       | 80 577        |
| Ostatné prevádzkové výnosy                       | 227                          | 625           |
| <b>Celkové výnosy</b>                            | <b>95 910</b>                | <b>81 202</b> |
| Spotreba materiálu a tovarov                     | -16 393                      | -13 062       |
| Osobné a prevádzkové náklady                     | -49 063                      | -43 671       |
| Iný zisk/ strata                                 | 1 062                        | 642           |
| <b>EBITDA</b>                                    | <b>31 516</b>                | <b>25 111</b> |
| <i>EBITDA marža</i>                              | <i>32,9%</i>                 | <i>30,9%</i>  |
| Odpisy a amortizácia                             | -13 828                      | -13 036       |
| <b>EBIT</b>                                      | <b>17 688</b>                | <b>12 075</b> |
| Úrokové výnosy                                   | 2 058                        | 1 336         |
| Úrokové náklady                                  | -12 094                      | -10 958       |
| Výnosy z finančných inštrumentov, netto          | 169                          | 1 605         |
| <b>Zisk pred zdanením</b>                        | <b>7 821</b>                 | <b>4 058</b>  |
| Daň z príjmu                                     | -831                         | -1 312        |
| <b>Čistý zisk</b>                                | <b>6 990</b>                 | <b>2 746</b>  |
| Rezerva z prepočtu cudzích mien                  | 121                          | -75           |
| <b>Celkový súhrnný výsledok</b>                  | <b>7 146</b>                 | <b>2 671</b>  |
| <b>Zisk na akciu (v €)</b>                       | <b>1,099</b>                 | <b>0,456</b>  |

## **Vízia**

Z pozície prirodzeného monopolu vďaka jedinečnej pozícii Tatier a strategickými akvizíciami v regióne stať sa top medzinárodným renomovaným poskytovateľom služieb turistického ruchu, ktorého cieľom je obroda horských stredísk, aquaparkov, tematických a zábavných parkov v regióne strednej a východnej Európy z investičného, športového, kultúrneho a spoločenského pohľadu.

## **Poslanie**

Poslaním spoločnosti TMR je poskytovanie služieb cestovného ruchu v strednej a východnej Európe na neustále sa zvyšujúcej úrovni, a to konkrétne obchodnými aktivitami rozdelenými do troch kľúčových segmentov – Hory & zábavné parky, Hotely a Realitné projekty, pričom segment Hory & zábavné parky zastrešuje prevádzku horských stredísk, aquaparku, zábavného parku a doplnkových služieb počas celého roka. Toto poslanie chce Spoločnosť zabezpečovať využívaním synergii a expanziou, ktoré povedú ku komplexnej spokojnosti jej klientov a akcionárov.

## **Konkurenčná výhoda**

V porovnaní s prevádzkovateľmi horských stredísk a služieb cestovného ruchu v regióne strednej a východnej Európy drží TMR prirodzený monopol v podobe unikátnej geografickej polohy kľúčových horských stredísk TMR v najvyššom pohorí v regióne – v Tatrách, ako aj v podobe dlhodobej histórie a významných regionálnych značiek stredísk v Poľsku a v Čechách. Táto výhoda ich predurčuje na top destinácie cestovného ruchu v strednej a východnej Európe. Okrem atraktívneho vysokohorského prostredia a histórie stredísk nasledovné skutočnosti predstavujú konkurenčnú výhodu TMR:

- Prostredníctvom vernostného programu GOPASS si dokáže Skupina budovať a udržať širokú klientsku bázu na Slovensku, v Poľsku a v Čechách počas zimnej ako aj letnej sezóny.
- V hlavných cieľových krajinách TMR regiónu strednej a východnej Európy žije spolu 64 miliónov obyvateľov, ktorých ekonomická sila ako aj priemerné výdavky na turizmus z roka na rok rastú. Letisko Poprad dokáže zabezpečiť ľahkú dostupnosť letecou dopravou z významných európskych miest, ktoré sa nachádzajú mimo horského pásma: napr. Londýn, Varšava, Riga, Tel Aviv a charterovými a súkromnými letmi z letných destinácií ako Turecko, Bulharsko, Grécko, a Albánsko.
- Na východ od Tatier sa nachádzajú lyžiarske strediská iba s malou ponukou obdobných služieb.
- Vysoká nadmorská výška stredísk zabezpečuje pre TMR konkurenčnú výhodu oproti iným strediskám v regióne, keďže výrazne znižuje riziko nepriaznivého počasia v dôsledku globálneho otepľovania.
- TMR je schopné využiť intra-segmentové a intra-subsegmentové synergie v rámci predaja, nákupu, prevádzok a podporných funkcií Skupiny.
- TMR má dlhoročné skúsenosti a know-how v prevádzkovaní horských stredísk, zábavných parkov a doplnkových turistických služieb, ako aj v budovaní kapitálovo náročnej infraštruktúry.
- Obchodný model TMR je dobre diverzifikovaný s výnosmi, ktoré generujú horské strediská, zábavné parky, hotely a doplnkové služby.
- Veľkosť Skupiny a jej dlhoročné úspechy a skúsenosti jej umožňujú ľahší prístup ku kapitálu.
- TMR minimalizuje riziko sezónnosti, keďže jeho letná sezóna je porovnateľne silná k zimnej sezóne vďaka letnej prevádzke lanoviek a početným letným aktivitám,

popularite hotelov v horských strediskách, letnej prevádzke Sliezskeho zábavného parku a celoročnej prevádzke Aquaparku Tatralandia.

Dlhodobým strategickým cieľom Skupiny v časovom horizonte na najbližších desať rokov je získať vedúcu pozíciu v zimnom aj letnom cestovnom ruchu v regióne strednej a východnej Európy. Líderstvo v oblasti cestovného ruchu stavia TMR do pozície, vďaka ktorej je Skupina schopná určovať trendy a štandardy v tomto sektore. Zároveň ju vedie k stratégii diferenciacie. Vo výsledku sa teda Skupina usiluje poskytovať prémiové služby, ktoré je schopná stále predať za rozumné ceny v celoeurópskom meradle. Šírka spektra a kvalita ponuky sú kľúčové pre smerovanie Skupiny. Tento cieľ je založený na troch pilieroch, ktoré sú navzájom prepojené:

### **1. pilier: Zvyšovanie kvality prostredníctvom investícií**

Do konca roku 2017 sa za 11 rokov v strediskách a hoteloch TMR preinvestovalo 300 miliónov euro, ktoré prispeli k výraznému skvalitneniu poskytovaných služieb vo Vysokých, Nizkých Tatrách ako aj v poľskom Szczyrku a Legendii. Vďaka týmto investíciám sa horské slovenské strediská v portfóliu TMR už vypracovali na úroveň alpských rezortov a posilnili si svoju vedúcu pozíciu v regióne, pričom poľský Szczyrk touto obrodou stále prechádza. Dokončené investície v horských slovenských strediskách za posledných 11 rokov zahŕňajú jedenásť nových lanoviek, čo znamená zvýšenie transportnej kapacity o 59%, rozšírenie technického zariadenia o viac ako 100% na celkových 56 km vyprodukovaného 879 snežnými delami, rozšírenie lyžiarskych tratí o 48% na celkových 74 km vo Vysokých a Nizkých Tatrách alebo desiatky nových après-ski barov a reštaurácií na svahoch lyžiarskych stredísk. V poľskom stredisku Szczyrk sa minulý rok podarilo zrealizovať prvú etapu plánovanej modernizácie za vyše 30 mil. EUR. Takisto v poľskom zábavnom parku Legendia TMR od prevzatia prevádzky v máji 2015 investovalo vyše 30 mil. EUR do atrakcií a služieb. Ďalšie investície smerovali do rozvíjania a renovovania ubytovacích zariadení, do infraštruktúry v horských oblastiach a do rozširovania ponuky služieb a prevádzok, ako napr. tropický park Tropical Paradise v Aquaparku Tatralandia.

V nasledujúcich obdobiach TMR plánuje vo svojich strediskách v slovenských Tatrách rásť organicky a ťažiť z dokončených investícií. Budúce CAPEX v slovenských strediskách budú hlavne pokrývať investície do údržby a do zvyšovania kvality služieb, ponúkaných podľa dopytu zákazníkov, t.j. do ubytovacích kapacít, après-ski a gastro možností a ďalších doplnkových služieb. Čo sa týka rozvojových investícií v poľských aktivitách, podobne ako na Slovensku, TMR plánuje pokračovať v budovaní „Novej éry strediska Szczyrk a Legendie“. TMR plánuje dostať poľské stredisko Szczyrk na úroveň, akú ponúkajú tatranské strediská.

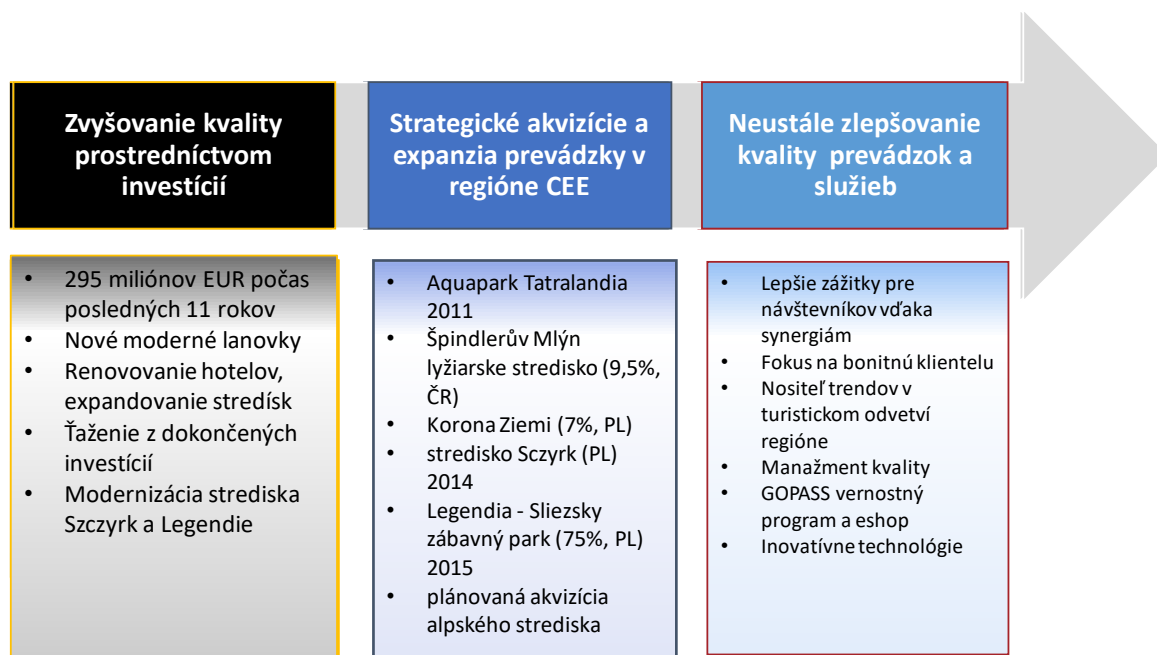
### **2. pilier: Strategické akvizície a expanzia prevádzky v regióne CEE**

Po naplnení prvotnej vízie Novej éry Tatier v roku 2012/13 sa TMR teraz okrem organického rastu sústreďuje na strategické akvizície lyžiarskych stredísk a zábavných parkov na domácom trhu, ako aj na medzinárodnej úrovni, a to v regióne strednej a východnej Európy. Poslednou akvizíciou bol Legendia - Sliezskeho zábavný park v Poľsku v máji 2015. Ďalšie významné akvizície zahŕňajú lyžiarske stredisko Szczyrk v poľských Beskydách z marca 2014 alebo Holiday Resort Tatralandia v apríli 2011, ktorý zahŕňa Aquapark Tatralandia a hotelový komplex Holiday Village Tatralandia. Strategické rozšírenie obchodnej činnosti na český trh zahŕňa nepriamy menšinový podiel v spoločnosti Melida a.s., ktorá prevádzkuje stredisko Špindlerův Mlýn. V roku 2017 sa TMR tiež dohodlo s českým mestom Liberec na prenájme a prevádzke lyžiarskeho strediska Ještěd, pričom zmluva sa podpísala po uzavretí finančného roku 2016/17. V strednodobom horizonte plánuje TMR doplniť svoje portfólio o veľké alpské

stredisko, ktoré bude prijateľne časovo dostupné pre klientov TMR, dostatočne veľké (nad 100 km zjazdoviek) a zahrnuté do programu GOPASS.

### **3. pilier: Neustále zlepšovanie kvality prevádzok a služieb**

Intenzívny rast počtu návštevníkov sa docieli primárne intenzívnou orientáciou na zákazníka. Strategické kroky na dosiahnutie tohto cieľa zahŕňajú zvýšenie komplexnosti a kvality poskytovaných služieb. TMR rozširuje spektrum ponúkaných atrakcií a zlepšuje kvalitu lyžiarskych škôl, požičovní lyžiarskeho výstroja a reštauračných možností na svahoch. Takisto kontinuálne vylepšuje ponuku après-ski možností, snaží sa optimalizovať dopravné možnosti do stredísk a spolupracuje s miestnymi podnikateľskými a štátnymi subjektmi v rámci regionálnych spolkov a klastrov. Namiesto súperenia s nimi, TMR chce stavať na ich úspechu a umožniť ich návštevníkom jednoduchý prístup do svojich príľahlých horských stredísk a zábavných parkov a ponúknuť široké spektrum atrakcií ako aktivity pre deti, adrenalínové športy pre mladých (napr. bike parky), oddychové zóny a i. Čo sa týka ubytovania, TMR sa zameriava na štvorhviezdičkové hotely a skvalitňovanie ich služieb wellness a stravovania. Ďalšími strategickými krokmi sú koncentrácia smerom k bonitnejšej klientele, nevyhnutná kvalita manažmentu a obsluhujúceho personálu a sofistikovaná marketingová stratégia. Ďalším kľúčom k rastu TMR je inovácia. Čo sa toho týka, TMR je nositeľom trendov v turizme. Vernostný program GOPASS umožňuje klientom nakupovať online aj prostredníctvom aplikácie a zbierať body v prevádzkach TMR pri využívaní služieb TMR, a pritom dostávať zľavy. Navyše GOPASS slúži TMR ako nástroj manažovania vzťahov so zákazníkmi (customer relationship management) a direct marketingu. Tento vernostný program získal v roku 2015 aj medzinárodné ocenenie v rámci The Loyalty Awards v Londýne, kde vyhral v kategóriách: Najlepší vernostný program roka v sektore cestovný ruchu (aerolinky, hotely, destinácie), Najlepší vernostný program v strednej a východnej Európe a Najlepší Customer Relationship Management (CRM) vo vernostnom programe za prácu v Direct Marketingu. V rámci tohto pilieru TMR naplno využíva synergické efekty medzi svojimi segmentmi a subsegmentmi, čím je schopné neustále zefektívňovať ponúkané služby ako aj rozširovať svoju ponuku produktov a služieb, ako napríklad možnosť využívať služby viacerých horských stredísk a zároveň aj aquaparku pri kúpe iba jedného lístku.



### Finančný rozpočet:

Spoločnosť plánuje dosiahnuť k 31. októbru 2018 nasledujúce konsolidované hospodárske výsledky:

|  |                  |
|--|------------------|
| Plánované celkové prevádzkové výnosy:    | 105.000 tis. EUR |
| Plánovaný prevádzkový ukazovateľ EBITDA: | 33.500 tis. EUR  |