



**TATRY**  
MOUNTAIN RESORTS

Prezentácia finančných výsledkov  
za hospodársky rok 2009/2010 a  
predbežných výsledkov za 1. kvartál 2010/2011

publikovaná dňa 28. februára 2011

# Výhrada

---

- ▶ Tento materiál je určený výlučne na informačné a propagačné účely. Jeho cieľom je informovať o obchodnej stratégii spoločnosti Tatry mountain resorts, a.s., so sídlom Demänovská Dolina 72, Liptovský Mikuláš 031 01, IČO: 31 560 636, zapísanej v Obchodnom registri Krajského súdu v Žiline, Sekcia: Sa, Vložka číslo 62/L (v ďalšom texte už len „Spoločnosť TMR“).
- ▶ Akcie Spoločnosti TMR sú obchodované na paralelnom trhu burzy cenných papierov. Základné imanie Spoločnosti pozostáva z 6 707 198 kusov akcií zaknihovaných na doručiteľa s nominálnou hodnotou 33 € za akciu. Emisia má pridelený ISIN SK11 20010287. Za účelom zaknihovania akcií na paralelnom trhu burzy cenných papierov Spoločnosť vydala 10. októbra 2009 prospekt emitenta k emisii akcií pod ISIN SK11 20010287. Tento prospekt emitenta je publikovaný na stránke paralelného trhu Burzy cenných papierov v Bratislave [www.bsse.sk](http://www.bsse.sk) a na webstránke Spoločnosti TMR [www.tmr.sk](http://www.tmr.sk).
- ▶ Informácie obsiahnuté v tomto materiáli nie sú založené na historických dátach, ale obsahujú predpoklady budúcej výkonnosti. Predikcie sú založené na racionálnych očakávaniach podporených objektívnymi dátami. Predikcie nie sú spoľahlivými indikátormi budúceho výkonu a nie sú zaväzujúce. Spoločnosť TMR nenesie žiadnu zodpovednosť za tieto predikcie. Skutočné budúce výsledky Spoločnosti TMR sa môžu líšiť od predikcií prezentovaných v tomto materiáli.
- ▶ Tento materiál je výlučne vlastníctvom Spoločnosti TMR. Akákoľvek distribúcia, kopírovanie, publikovanie alebo uchovávanie tohto materiálu alebo akejkoľvek jeho časti je zakázané bez predchádzajúceho súhlasu Spoločnosti TMR. Akákoľvek distribúcia tejto prezentácie alebo jej časti obsiahnutej v tomto materiáli mimo územia Slovenskej republiky môže byť buď obmedzená alebo zakázaná zákonom tretieho štátu.

# Obsah prezentácie

---

- ▶ Zhrnutie
- ▶ I. Naša obchodná činnosť
- ▶ II. Naša stratégia
- ▶ III. Finančné výsledky: I. kvartál 2010/2011 a Hosp. rok 2009/2010
- ▶ Apendix
- ▶ Použité skratky

# Zhrnutie

## ▶ Hlavné finančné údaje:

### ▶ **TMR výrazne prekonal** predchádzajúci hospodársky rok:

- ▶ Prevádzkové výnosy stúpili o 21,7% na viac ako 26 mil. EUR
- ▶ Rastúce EBITDA marže poukazujú na zlepšujúcu sa efektivitu vo všetkých segmentoch
- ▶ Čistý zisk dosiahol výšku 5,7 mil. EUR
- ▶ Výsledky I. kvartálu 2010/2011 indikujú najlepší štart zimnej sezóny za posledné 4 roky

## ▶ Hlavné údaje segmentov podnikateľskej činnosti:

### ▶ **Segment Hory:** investície do infraštruktúry prinášajú prvé ovocie:

- ▶ EBITDA marža stúpila z 23,4% (predchádzajúci Hosp. rok) na 28,4%

### ▶ **Segment Hotely** profituje z narastajúcej obsadenosti

- ▶ EBITDA sa odrazila z 49 tis. EUR na 1,4 mil. EUR

### ▶ **Segment Realitné projekty** vykazuje prvé finančné výsledky:

- ▶ Predaj pozemku prispel k pozitívnemu čistému zisku tohto segmentu

## ▶ Hlavné strategické línie:

- ▶ **Investície zrealizované v rokoch 2009/2010:** vyhrievaná 6- sedačka vo VT, prvé kroky smerujúce k prepojeniu Chopok Sever a Chopok Juh (Jasná NT), doplnenie chýbajúceho nočného života v stredisku (Happy End disco bar), renovácia hotelov, skí-in ski-out parkovisko vo VT.
- ▶ **Spolupráca so susediacimi rezortmi:** Slovenský Super Skipas (spoločná permanentka so strediskom Park Snow); finalizácia kontraktu na rozdelenie tržieb s I. Tatranskou (spoločná permanentka).
- ▶ Nadväzujúc na rýchly rast vďaka viacerým akvizíciám, TMR sa teraz chce viac sústrediť na **organický a intenzívny rast** s vybranými akvizíciami, aby skvalitnilo svoje portfólio.
- ▶ Zámerom je konsolidovať aktíva TMR, pracovať na zlepšovaní prevádzkových výsledkov a zvyšovaní atraktivity, čím sa **dalej zvýši jeho hodnota pre akcionárov.**
- ▶ **Akvizícia zábavného parku Tatralandia** bude čoskoro oznámená.

- ▶ TMR je prevádzkovateľom horských stredísk, strategicky orientovaný na región strednej a východnej Európy.

- ▶ Spoločnosť vlastní portfólio konsolidovaných aktív v Tatrách na Slovensku a prevádzkuje tri segmenty: Hory, Hotely, Realitné projekty.

## ▶ Hlavné údaje o akciách (ku dňu 28/2/2011):

- ▶ Cena akcie: 41,33 EUR
- ▶ Trhová kapitalizácia: 277 mil. EUR
- ▶ Hodnota zaknihovaných akcií: 6,7 mil.
- ▶ 52 týždňov max./min.: 45/38,95 EUR
- ▶ Objem (priemer za 6 mesiacov): 14,8 tis. kusov
- ▶ Ticker: SKI BB
- ▶ ISIN: XS9438765439
- ▶ Kotácia: Burza cenných papierov v Bratislave
- ▶ Sektor: Consumer Discretionary

## ▶ Hlavné údaje o aktívach:

- ▶ 52 km lyžiarskych tratí
- ▶ 39 tis. osôb/hod. prepravná kapacita
- ▶ 3 lyžiarske strediská, 6 hotelov,
- ▶ viacero developerských projektov
- ▶ najväčší aquapark v strednej Európe



# I. Naša obchodná činnosť

# Naša obchodná činnosť... pozostáva z troch segmentov



<sup>\*)</sup> Predmetom plnenia akvizície plánovanej v 2. kvartáli 2010/2011

# Naša obchodná činnosť... v troch dobre umiestnených strediskách



- ▶ Celoročné stredisko ponúkajúce kvalitné komplexné služby v lete i v zime
- ▶ Panensky neporušená príroda
- ▶ 15,7 km lyžiarskych zjazdoviek
- ▶ Maximálna prepravná kapacita takmer 15.100 osôb/hod.



- ▶ Najväčšie zimné športové stredisko v strednej Európe
- ▶ Kandidát Alpine FIS World Cup
- ▶ 36,3 km lyžiarskych zjazdoviek
- ▶ Maximálna prepravná kapacita 24.535 osôb/hod.



- ▶ Najväčší aquapark v strednej Európe
- ▶ 8 celoročných bazénov, 3 letné bazény, 16 sáun, wellness
- ▶ 155 bungalovov a apartmánov (700 lôžok)
- ▶ Kongresové centrum, 5D kino, golfový trenažér atď.

\*) Predmetom plnenia akvizície plánovanej v 2. kvartáli 2010/2011

# Naša obchodná činnosť...

začala zastrešovaním tatranských aktív pod jednu strechu...

---

- ▶ Iba TMR sa podarilo **zhromaždiť jedinečné tatranské** aktíva pod jednu strechu s cieľom vyťažiť zo vzájomných synergii
- ▶ **Aktíva rôznych segmentov** (infraštruktúra, hotely, služby, Gastro, obchody atď.) umožňujú maximalizovať potenciál obchodného konceptu
- ▶ TMR je jedna z **najdlhšie obchodovaných akcií na BCPB**, od októbra 2009 na paralelnom kótovanom trhu



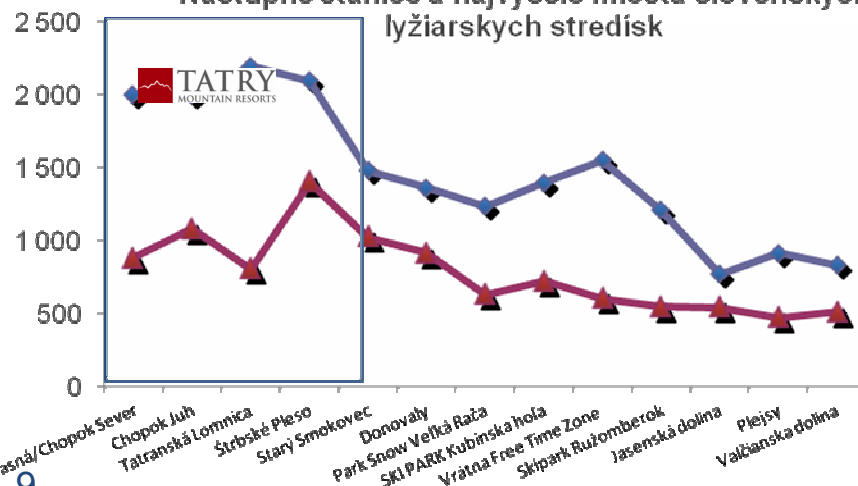
# Naša obchodná činnosť...

v súčasnosti sme najväčším prevádzkovateľom lyžiarskeho turizmu na Slovensku

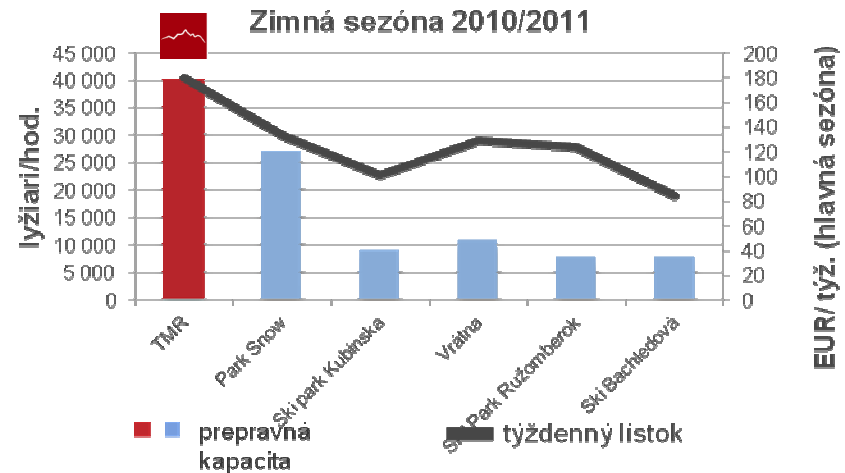
## ► TMR je lídrom na slovenskom trhu s:

- najväčšou prepravnou kapacitou
- najdlhšími lyžiarskymi zjazdovkami (36 km v Jasnej); pričom viac než polovica je umelo zasnežovaná
- nástupné a výstupné stanice v najvyššej nadmorskej výške
- prvá 8-miestna kabínková lanovka s oranžovými sklami na svete nazývaná "Grand Jet" (Jasná)
- prvá 6-miestna vyhrievaná lanovka s oranžovým záklapným štítom
- najdlhší lyžiarsky svah (6 km) s najväčším prevýšením na Slovensku
- najväčší počet ski-in a ski-out hotelov (Jasná)
- najväčšia lyžiarska škôlka pre deti (viac ako 4.000 m<sup>2</sup>, Jasná)
- najdlhšia sánkarská dráha (2,6 km, Vysoké Tatry)
- najväčší počet lyží a snowboardov v lyžiarskej požičovni
- najväčšia diskotéka na svahu (Happy End v Jasnej)...atď.

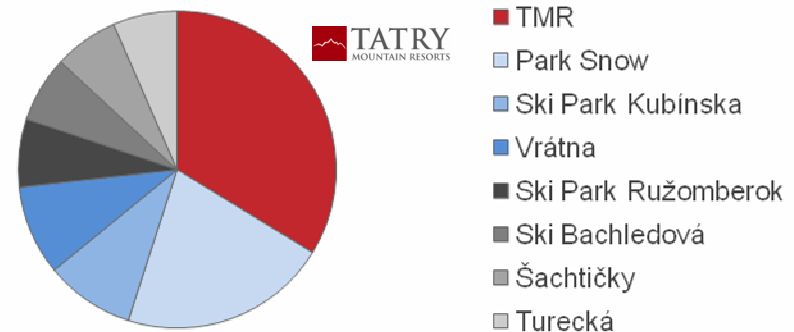
Nástupné stanice a najvyššie miesta slovenských lyžiarskych stredísk



Lyžiari/hod. a cena lístka (EUR/týž.) vedúceho lyžiarskeho strediska na Slovensku



Zjazdovky (km) vedúcich lyžiarskych stredísk na Slovensku Zimná sezóna 2010/2011





## II. Naša stratégia

# Naša stratégia...

## Od krátkodobej k dlhodobej...

---

### Krátkodobá:

skvalitnenie prevádzky  
nárast ziskovosti  
konsolidácia aktív



Spôsob dosiahnutia:  
**Akčný plán pre rok  
2010/2011**

### Stredne až dlhodobá:

Každý návštevník Tatier  
minie väčšinu svojich  
denných výdavkov za služby  
TMR



Podmienená:  
**Prostredím nakloneným  
rastu**

### Dlhodobá:

Vedúca pozícia v zimnom  
aj letnom cestovnom ruchu  
v regióne strednej a  
východnej Európy



### Založená na 3 pilieroch:

1. Organický rast
- II. Akvizície
- III. Intenzívny rast počtu návštevníkov

# Naša stratégia...

## Krátkodobá: Akčný plán pre hosp. rok 2010/2011

---

### Podnikateľská výkonnosť

- ▶ Spoločný lístok so Štrbským plesom vo Vysokých Tatrách:
  - ▶ výrazné zvýšenie kvality v ponuke lyžovania
  - ▶ odstránenie problému dumpingových cien
  - ▶ zabezpečenie predaja balíkov a zvýšenie predaja viacdňových skipasov
- ▶ Odstránenie čakacích dôb vďaka investíciám realizovaným v roku 2009/2010:
  - ▶ 2 nové horské strediská na kritických bodoch
  - ▶ výrazné skvalitnenie komplexnosti lyžiarskych tratí (Škalnaté pleso – Čučoriedky a Turistická)
- ▶ Skvalitnenie a zvýšenie komplexnosti ponúkaných služieb:
  - ▶ riešenie problému parkovania (ski-in ski-out veľkokapacitné parkoviská )
  - ▶ zásadné skvalitnenie večerného a nočného života ( Happy End a Humno, pub, klzisko, nové obchody,...)
- ▶ Predaj Lomnica centrum:
  - ▶ načasovanie s oživením realitného trhu a zásadnými zmenami v kvalite infraštruktúry priniesli prvé zásadné tržby v realitnom segmente

### Marketingové stratégie

- ▶ Masívna reklamná kampaň:
  - ▶ veľký mediálny rozpočet získaný formou bártru za nevyužitú kapacitu stredísk a hotelov
  - ▶ televízia, printy, billboardy
- ▶ Aktívna spolupráca s firemnými klientmi
  - ▶ výhodné podmienky na využitie nevyužitých kapacít hotelov
  - ▶ predpokladaný 3-násobný nárast prevádzkového zisku hotelov
- ▶ Aktívna práca na poľskom a ruskom trhu
  - ▶ v súčasnosti plne zarezervovaný „ruský týždeň“
  - ▶ kampaň na poľskom trhu

# Naša stratégia...

Od krátkodobej k dlhodobej: Rast založený na troch pilieroch

---

## Vedúca pozícia v cestovnom ruchu v zime a v lete v regióne strednej a východnej Európy

### ▶ Organický rast:

- ▶ synergie medzi podnikateľskými líniami (tržby a náklady)
- ▶ investičná politika:
- ▶ nárast prepravnej kapacity na 50.000 osôb/hod.
- ▶ rozšírenie plochy lyžiarskych tratí na celkovo 210 ha
- ▶ rozšírenie plochy umelo zasnežovaných tratí na celkovo 109 ha
- ▶ zvýšenie gastro kapacít na 2.200 stravovacích miest
- ▶ nárast ubytovacích kapacít (najmä pre vyšší segment)
- ▶ budovanie centier v strediskách (apartmány, prenájom priestorov atď.)

### ▶ Rast prostredníctvom akvizícií, investícií:

- ▶ lyžiarske strediská posilnia svoju vedúcu pozíciu v regióne
- ▶ oddychové parky vyvážia sezónnosť
- ▶ strategická investícia do akcií BHP : vplyv know how hotelového manažmentu, synergie s GH Kempinski High Tatras \*)

### ▶ Intenzívny rast – zákazníci:

- ▶ orientácia na zákazníka
- ▶ zvýšenie komplexnosti a kvality poskytovaných služieb
- ▶ transformácia smerom k bonitnejšej klientele
- ▶ kvalita manažmentu a obsluhujúceho personálu
- ▶ sofistikovaná marketingová stratégia

## Strategické ciele jednotlivých segmentov

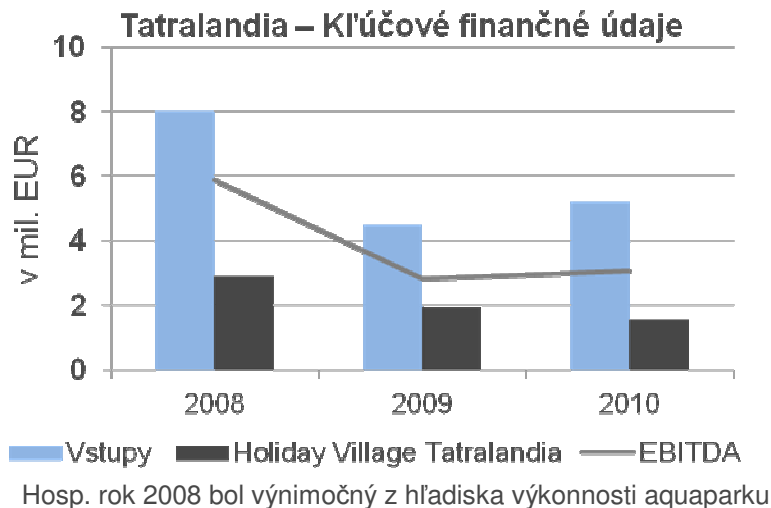
# Naša stratégia...

## Akvizícia strediska- TATRALANDIA



### TATRALANDIA

- ▶ **NAJVÄČŠÍ AQUAPARK NA SLOVENSKU\***
- ▶ 8 celoročných bazénov a 3 letné bazény
- ▶ 29 toboganových dráh a vodných šmýkačiek – viac ako 1800 m dráh
- ▶ keltský saunový svet a wellness raj – 16 saún a procedúr
- ▶ 155 bungalovov a apartmánov (700 lôžok) rozdelených do 10 osád
- ▶ kongresové centrum, 5D kino, golfový trénažér, požičovňa športových potrieb a športoviská



### Upevnenie pozície lídra cestovného ruchu

- ▶ **EFEKTY AKO DÔSLEDOK AKVIZÍCIE:**
  - ▶ vytvorenie dovolenkového rezortu, ktorý v strednej Európe nemá obdobu
  - ▶ významný krok naplňovania stratégie budovania celoročnej turistickej destinácie
  - ▶ posilnenie letnej časti tržieb TMR = 4,5 mil. EUR
  - ▶ posilnenie zimnej časti tržieb Tatralandie (vyťaženie ubytovania), 300 tis. EUR
  - ▶ významné synergie pri znížení nákladov = 200 tis. EUR
  - ▶ lepšie využitie ľudských zdrojov – 25 celoročných zamestnancov (doteraz iba počas zimy)
  - ▶ spoločné produkty – výhody pre návštevníkov
  - ▶ spoločná reklamná kampaň v SR aj zahraničí
- ▶ **Spoločné investície v roku 2011:**
  - ▶ nový tobogan – 300 tis. EUR
  - ▶ Western Village – 700 tis. EUR
  - ▶ zavedenie vstupného systému v letnej sezóne – prednostný vstup na niektoré atrakcie – 550 tis. EUR (2 EUR prednostný vstup) – návratnosť do 1 roka

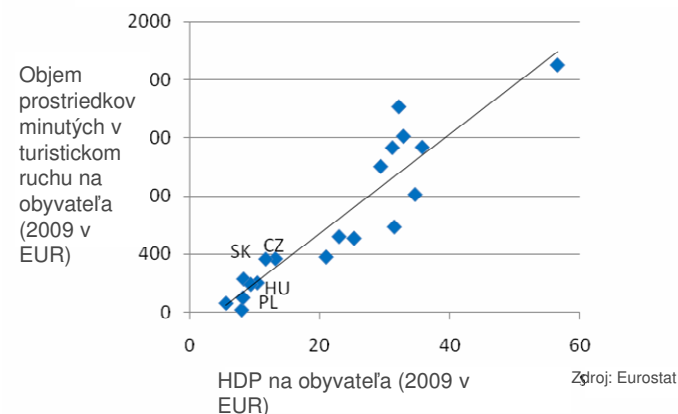
▶ 14 \*) z hľadiska počtu atrakcií a ubytovacích priestorov (m<sup>2</sup> + lôžka)

# Naša stratégia...

## Od krátkodobej k dlhodobej: Prostredie naklonené rastu

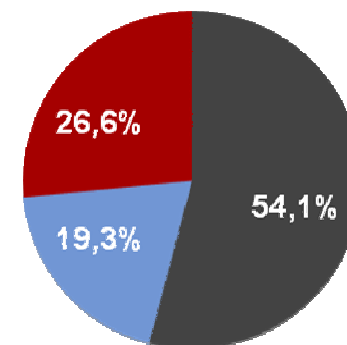
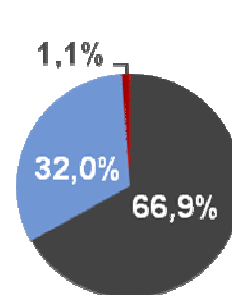
- ▶ Ako horské stredisko má TMR unikátnu pozíciu pre rast hodnoty vďaka:
- Zlepšujúcemu sa makroekonomickému prostrediu**
    - ▶ Udržateľný ekonomický rast by sa mal v krátko až strednodobom horizonte prejavíť na množstve prostriedkov, ktoré sú klienti ochotní investovať do voľnočasových aktivít (vrátane zábavy a cestovania).
    - ▶ Existuje významná závislosť medzi výškou HDP na obyvateľa a výškou sumy preinvestovanej na aktivity spojené s voľnočasovým vyžitím a cestovaním na obyvateľa. Ako rastúce ekonomiky regiónu strednej a východnej Európy dohŕňajú vyspelé ekonomiky, mali by sme zaznamenať aj v tomto regióne významný nárast prostriedkov, ktoré sú ľudia ochotní investovať do svojich voľnočasových aktivít.
  - Zvyšujúcej sa sile atrakcií**
    - ▶ Nové lyžiarske strediská (ponúkajúce aj iné voľnočasové aktivity okrem lyžovania)
    - ▶ Plánovaný CAPEX v rozsahu 70 mil. EUR v priebehu nasledujúcich 5 rokov
  - Manažment** očakáva zvýšenie počtu návštevníkov z **1,2 mil. v 2009/2010 na 1,7 mil. v 2013/2014.**
  - Využitíu synergii** zo zrealizovaných a budúcich akvizícií a **strategických investícií** – a to akvizícií a kúpy akcií spoločnosti Best Hotel Properties, a.s.

Zvýšenie HDP na obyvateľa sa prejaví na množstve prostriedkov preinvestovaných v turistickom ruchu na obyvateľa



### Nárast tržieb a ich rozdelenie podľa segmentov Skutočnosť Hosp. rok 2009/2010 vs. plán Hosp. rok 2013/2014

2009/2010 **26 mil. EUR**      2013/2014 **68,9 mil. EUR**

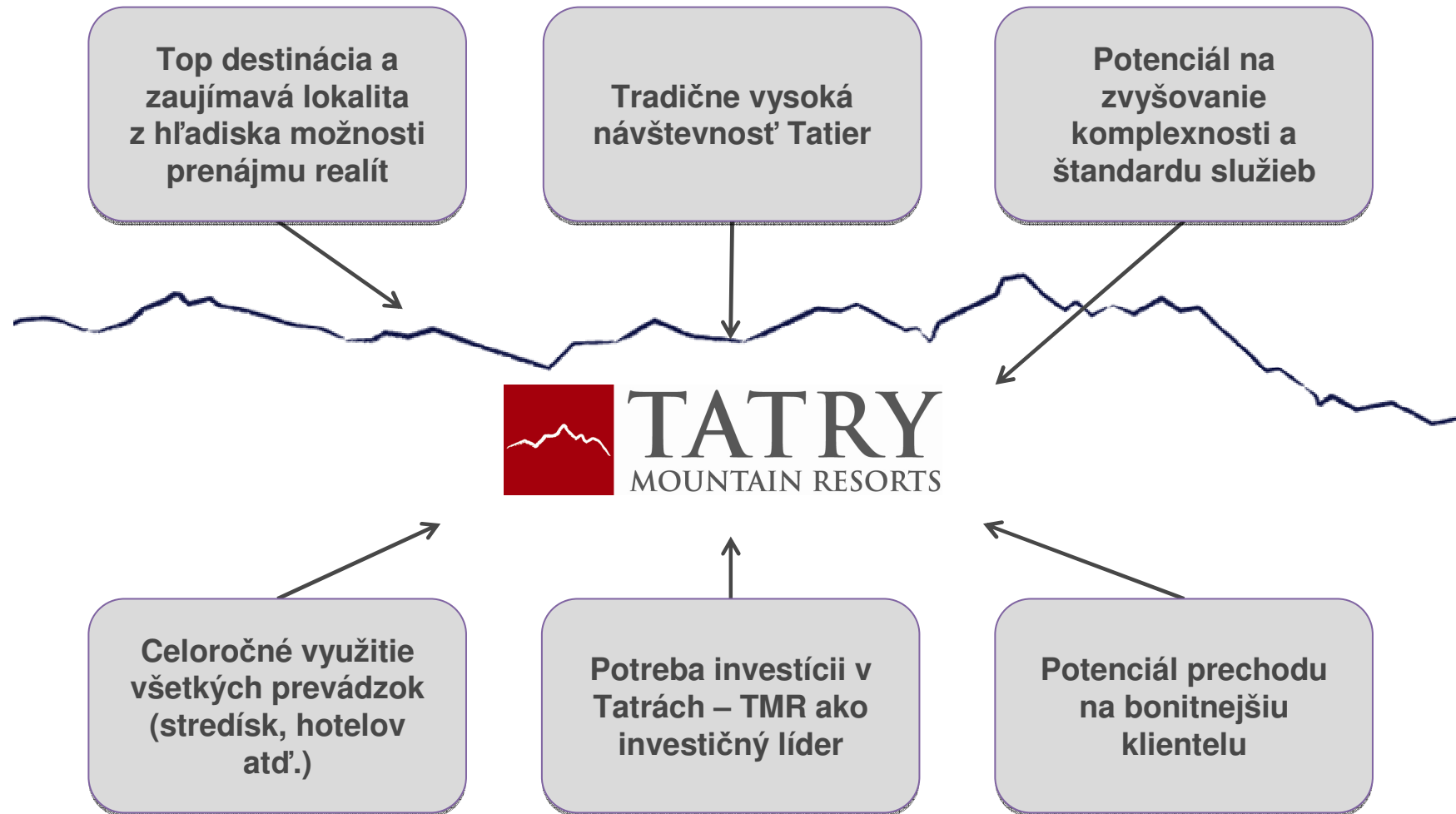


■ Hory   ■ Hotely   ■ Realitné projekty

# Naša stratégia...

## Od krátkodobej k dlhodobej: Prostredie naklonené rastu

---



# Naša marketingová stratégia...

---

## ▶ Značka

- ▶ Stabilná a silná značka zastrešujúca všetky aktivity holdingu TMR
- ▶ Spoločnosť kótovaná na BCPB - oproti ostatným benchmarkovým strediskám je kvôli nerozvinutému kapitálovému trhu nevyhnutné budovať a komunikovať značku TMR

## ▶ Ciele

- ▶ Vybudovať silný brand, aký prináleží najväčšiemu subjektu podnikajúcemu v cestovnom ruchu na Slovensku
- ▶ Oslovenie všetkých cieľových skupín všetkých značiek holdingu TMR
- ▶ Nastaviť komunikáciu holdingu TMR a všetkých značiek, ktoré zastrešuje, tak, aby sa dosiahla maximálna synergia
- ▶ Zjednotiť produktovú komunikáciu so značkou TMR

## ▶ Stratégia

- ▶ Samostatná komunikácia značky TMR
  - ▶ Akcionársky klub - nadlinková komunikácia vždy dva mesiace pred 31.10.
  - ▶ Valné zhromaždenie - event pre akcionárov
- ▶ Core brands strategy
  - ▶ Systematické budovanie kľúčových značiek Jasná a Tatranská Lomnica
- ▶ Cobranding - potvrdiť jednoznačnú príslušnosť všetkých značiek patriacich do holdingu k značke TMR
- ▶ Balíkové ponuky a synergické efekty z nich vyplývajúce
- ▶ Práca s klientskou databázou – Akcionársky klub

### Public Relations

- ▶ Posilnenie pozitívneho riadeného aj spontánneho PR

### Event manažment / zážitková turistika

- ▶ Kontinuálny celoročný program vo všetkých strediskách

### CSR a TMR

- ▶ Citlivé odkomunikovanie zásad zodpovedného podnikania TMR
- ▶ Vzťah k životnému prostrediu
- ▶ Etika v podnikaní

# Naša marketingová stratégia...

## Marketing značky

---



### ► Značka

- Masové zimné stredisko, najlepšie a najväčšie na Slovensku
- Silný a tradičný brand

- Tradičné mondénne lyžiarske stredisko

### ► Cieľová skupina

- Mainstream – lyžiarsky nadšenci a rodiny
- Zahraničie (Poľsko, Ukrajina, Rusko, Česko)

- Bonitný klient, vyžadujúci vysoký štandard ponúkaných služieb

### ► Ciele

- Udržať a posilniť pozíciu na čele zimných lyžiarskych rezortov v Strednej Európe
- Posilniť letnú sezónu na úroveň zimnej
- Posilniť imidž a povedomie o značke

- Vybudovať imidž celoročného strediska najvyššej úrovne

### ► Stratégia

- Kontinuálna nadlinková komunikácia
- Silný dôraz na sociálne siete a digitálne médiá
- Posilňovanie príslušnosti k značke TMR
- Event manažment
- Balíkové produkty
- Rozširovanie ponuky služieb: Na svahu / Apres-ski
- Kolektívne nakupovanie á la Groupon

- Kontinuálna nadlinková komunikácia zima a leto oddelene
- Event manažment
- Komplexnosť ponúkaných služieb

# Naša marketingová stratégia...

## Marketing značky

---

*Grandhotel* \*\*\*\*  
*Štanj Smokovec*

TRÍ STUDNICKÝ HOTEL  
Dobránska Dolina - Javorná  
\*\*\*\*

HOTEL \*\*\*\*  
*Grand*

SKIHOTEL\*\*  
& BUNGALOWS



### ▶ Hotely

- ▶ Samostatné komunikácie
- ▶ Nadlinková komunikácia iba cez balíkové produkty v spolupráci s kľúčovými značkami Jasná a Tatranská Lomnica

### ▶ Tatralandia

- ▶ Aktuálna akvizícia
- ▶ Začlenenie pod TMR aj komunikačne
- ▶ Zostane samostatná značka, ale v komunikácii musí byť vyjadrená príslušnosť k TMR



### ▶ Tatry Motion

- ▶ Značka zastrešujúca ostatné aktivity - obchody, lyžiarske školy, požičovne, servis



### ▶ Rezorty

- ▶ Park Snow Štrbské pleso



### ▶ Real Estate

- ▶ Rezidenčné projekty



## IV. Finančné výsledky

Hosp. rok 2009/2010 a 1. kvartál 2010/2011

# TMR celkovo: výsledky Hosp. rok 2009/2010

## Hosp. rok 2009/2010

### ▶ Hlavné finančné ukazovatele:

- ▶ Výnosy dosiahli výšku 24,3 mil. EUR\*)
- ▶ TMR konsolidovaný čistý zisk vo výške 5,7 mil. EUR\*\*)
- ▶ TMR individuálny čistý zisk narástol zo straty v minulom období na 9,45 mil. EUR
- ▶ Čistý zisk distribuovateľný medzi akcionárov: 7,8 mil. EUR

### ▶ Úspešná implementácia investičnej politiky prináša prvé ovocie:

- ▶ **Všetky segmenty vykazujú nárast** tržieb
- ▶ **EBITDA % sa zlepšilo** vo všetkých segmentoch a pod-segmentoch
- ▶ Pozitívne výsledky napriek **poklesu počtu návštevníkov** (medziročný pokles o 7,5%) a **nepriaznivým poveternostným podmienkam**
- ▶ **Rast možno pripísať najmä:** implementácii investičnej politiky (vyššie prepravné kapacity), oživeniu nočného života a iných doplnkových služieb (obchody, lyžiarska škôlka, reštaurácie) a uzatvorení nových zmlúv s korporátnymi klientmi (horské strediská, hotelové kapacity)

\*) Výnosy z prevádzky v Hosp. rok 2009/2010 dosiahli 26 mil. EUR. Rozdiel medzi IFRS konsolidovanými výsledkami a výnosmi z prevádzky pramení z úprav prevádzkových výsledkov vrátane konsolidácie 50% vlastného imania GH S. Smokovec a 10 mesiacov vlastníctva GH Praha

\*\*\*) Individuálny čistý zisk TMR za Hosp. rok 2009/2010 dosiahol 9,45 mil. EUR. Rozdiel je spôsobený faktom, že individuálne finančné výkazy sú vykazované v súlade so Slovenskými účtovnými štandardmi (SAS), konsolidované výkazy podľa IFRS, vrátane všetkých dcérskych spoločností. Konsolidované finančné výkazy vykazujú vyššie odpisy kvôli preceneniu aktív, čo spôsobuje pokles čistého zisku v porovnaní s individuálnym čistým ziskom. Podľa slovenskej legislatívy, dividendy sa vyplácajú vo výške individuálneho čistého zisku materskej spoločnosti

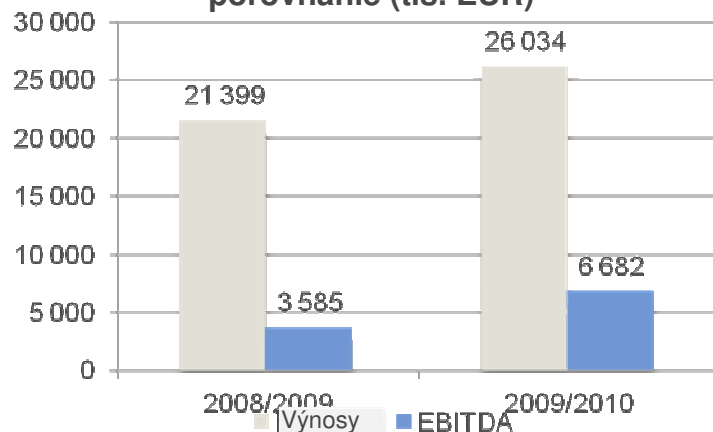
V tis. EUR	Hosp. rok 2009/2010 konsolidované, IFRS, auditované
Výnosy	24. 338
EBITDA	6. 633
Odpisy a amortizácia	-7. 336
Prijaté úroky	7. 753
Dane a ostatné	-1. 305
Čistý zisk spolu	5. 745
Zisk distribuovateľný akcionárom**)	7. 829
Zisk na akciu (v EUR)**)	<b>0,86</b>

# TMR celkovo: hlavné prevádzkové výsledky

## Hosp. rok 2009/2010

- ▶ **Výnosy** sa zvýšili o 21,7% (medziročne)
- ▶ **Náklady** sa zvýšili o 9% na 19,3 mil. EUR
- ▶ **EBITDA** vzrástla o 86,4% (medziročne), marža dosiahla 25,7% (predchádzajúci Hosp. rok 16,8%)
- ▶ **EBITDA nárast** bol ovplyvnený hlavne výkonnosťou segmentu Horské strediská a Hotely (konsolidácia GH Praha a GH S. Smokovec)

### Prevádzková výkonnosť TMR – medziročné porovnanie (tis. EUR)\*



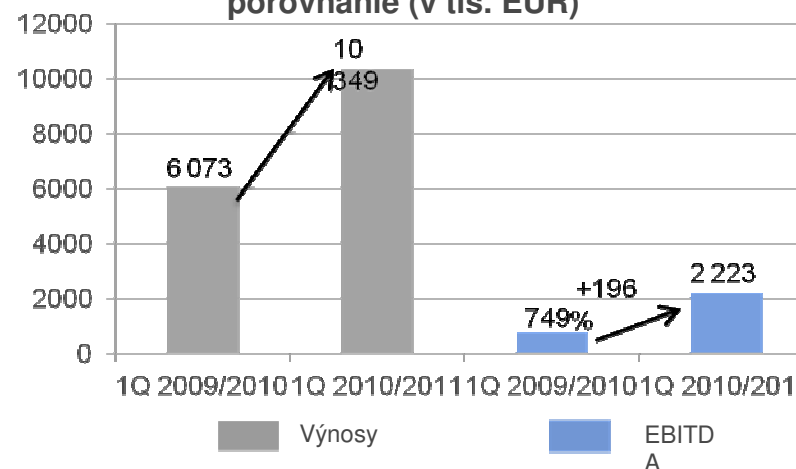
**Zdroj:** 2008/2009 pro forma konsolidované výkazy, 2009/2010 konsolidované IFRS auditované upravené o 50% vlastného imania GH S. Smokovec a 10-mesačné vlastníctva GH Praha; štvrťročné dáta sú predbežné výsledky.

\*) Hosp. rok 2008/2009 zahŕňa NT (12mesiacov), VT za obdobie 19.10.-31.10. 2009 a TMR Služby za obdobie 23.9.-31.10.2009. Hosp. rok 2009/2010 zahŕňa konsolidáciu Jasná a VT za 12 mesiacov, GH Praha a GH S. Smokovec za 10 mesiacov (28.12.2009-31.10.2010).

## I. kvartál 2010/2011

- ▶ **Výnosy:** v porovnaní s I. kvartálom 2009/2010 narástli o 70,4% na 10,3 mil. EUR
- ▶ **EBITDA:** nárast o 196,6% na 2,2 mil. EUR
- ▶ **Nárast** najmä vďaka segmentu horské strediská (81% celkovej EBITDA)
- ▶ **EBITDA marža** vzrástla z 12,3% na 21,5%
- ▶ Najvyšší **nárast prevádzkovej efektívnosti** v segmente horské strediská

### Prevádzková výkonnosť TMR – štvrťročné porovnanie (v tis. EUR)

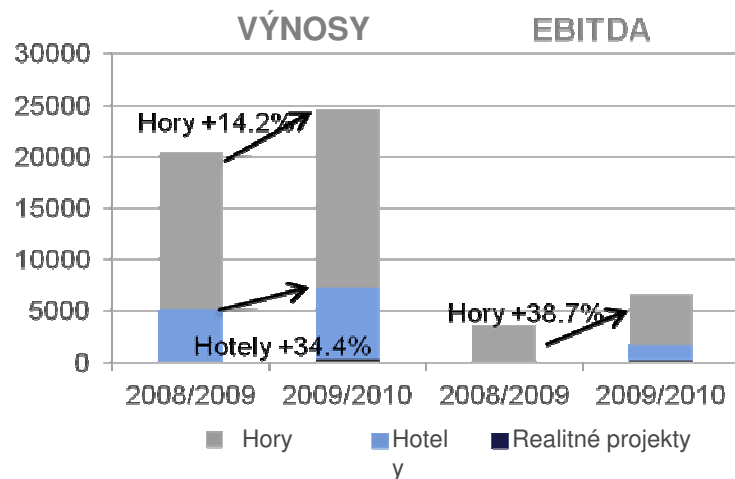


# Prevádzková výkonnosť jednotlivých segmentov

## Hosp. rok 2009/2010

- ▶ **Hory:** najrýchlejšie rastúci segment z pohľadu tržieb aj EBITDA
  - ▶ Výnosy vzrástli z 15,2 mil. EUR na 17,4 mil. EUR
  - ▶ Počet predaných lístkov bol hlavným motorom nárastu
  - ▶ EBITDA marža sa zvýšila z 23,4% na 28,4%
- ▶ **Hotely:** pozitívna EBITDA, nárast tržieb
  - ▶ Výnosy sa zvýšili o 34,4% na 6,9 mil. EUR
  - ▶ EBITDA narástla z 49 tis. EUR na 1,4 mil. EUR
  - ▶ Konsolidácia GH S. Smokovec (50% vlastného imania) and GH Praha (10 mesiacov)
- ▶ **Realitné projekty:** historicky prvé výnosy
  - ▶ Predaj pozemku a prenájom hotelov (Liptov, Kosodrevina)

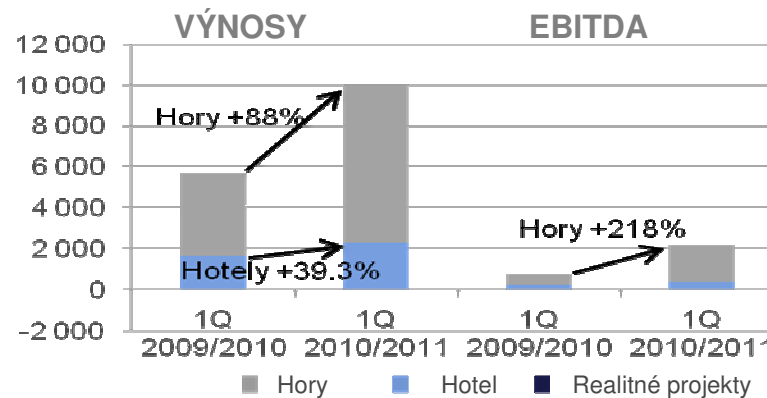
### Výkonnosť jednotlivých segmentov (v tis. EUR)



## I. kvartál 2010/2011

- ▶ **Hory:** najlepší začiatok zimnej sezóny za posledné 4 roky vďaka úspešným investíciám do infraštruktúry a priaznivým vplyvom počasia
  - ▶ Nárast tržieb o 88,8% v porovnaní s 1. kvartálom 2009/2010
  - ▶ EBITDA marža stúpala z 13,9% na 23,5%
- ▶ **Hotely:** výrazný nárast tržieb
  - ▶ Výnosy: narástli o 39,3%
  - ▶ EBITDA marža: zlepšila sa z 10,6% na 16,5%
- ▶ **Realitné projekty:** projekty v procese prípravy
  - ▶ Lomnické korzo, Grand Residences Tatranská Lomnica (apartmány)
  - ▶ Príprava infraštruktúry

### Výkonnosť jednotlivých segmentov (v tis. EUR)

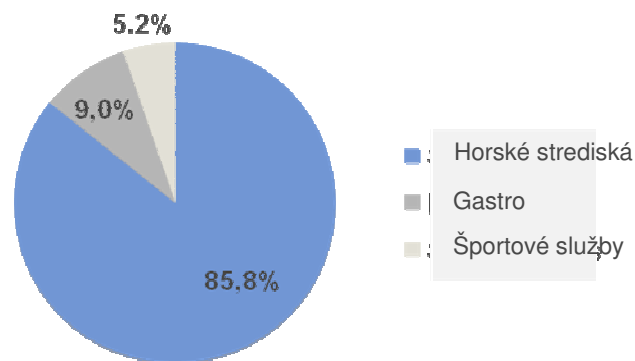


# Výkonnosť segmentu Hory – finančné ukazovatele

## Hosp. rok 2009/2010

- ▶ **Horské strediská:** významný zdroj tržieb (57% celkových tržieb TMR)
  - ▶ **Výnosy:** medziročný nárast o 16,5% na 14,9 mil. EUR
  - ▶ **EBITDA:** dosiahla takmer 4,8 mil. EUR (nárast o 26,6%)
- ▶ **Gastro:** vykázali prvé pozitívne výsledky
  - ▶ **Výnosy:** stabilizácia na takmer 1,6 mil. EUR
  - ▶ **EBITDA:** zlepšená efektívnosť – z negatívnej marže na 8,1%
- ▶ **Športové služby:** nárast efektívnosti
  - ▶ **Výnosy:** nárast na 913 tis. EUR, medziročný nárast o 12%
  - ▶ **EBITDA marža** sa zlepšila z negatívnej na 2,8%

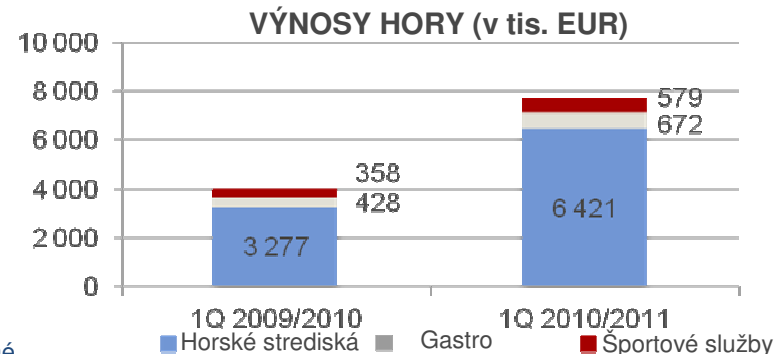
### VÝNOSY HORY 2009/2010 podľa sub-segmentov



Zdroj: 2008/2009 pro forma konsolidované výkazy, 2009/2010 kons. IFRS auditované o 50% vlastného imania GH S. Smokovec a 10-mesačné vlastníctvo GH Praha; štvrťročné dáta sú predbežné výsledky; podrobnejšie dáta sú k dispozícii ako súčasť Apendix

## I. kvartál 2010/2011

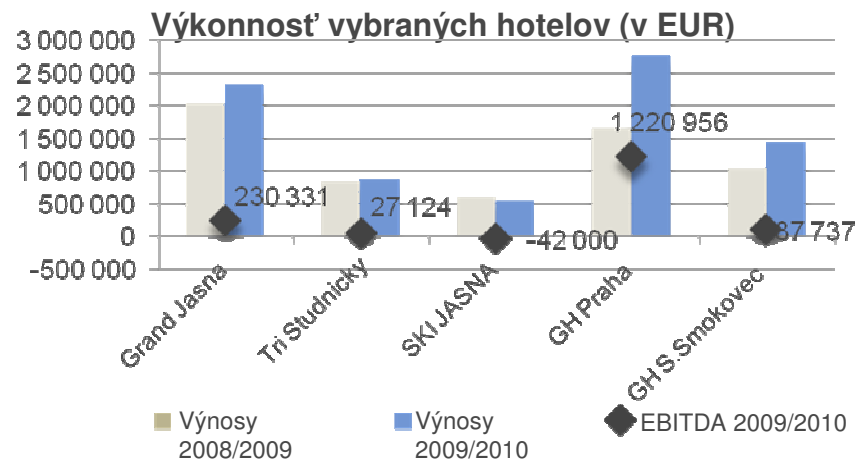
- ▶ **Horské strediská** – vysoká výkonnosť vďaka úspešnej investičnej politike (nová 6-sedačka vo VT) a nárastu počtu návštevníkov o 44% (v porovnaní s I. kvartálom 2009/2010)
  - ▶ **Výnosy:** sa zvýšili o 96%, najmä vďaka stredisku vo Vysokých Tatrách
  - ▶ **EBITDA marža:** nárast zo 14,2% na 26,5%
  - ▶ **Zvýšenie efektívnosti:** významný nárast EBITDA marže vo VT z negatívnej na 24,6% v porovnaní s I. kvartálom 2009/2010
- ▶ **Gastro** vykazujú postupne zlepšujúcu sa výkonnosť
  - ▶ **Nárast tržieb** o 57%, vo VT o 80,4% (inárast počtu návštevníkov,) a v Jasnej NT o 43.7% (otvorenie pubu "Happy End" a renovácia ďalšej reštaurácie)
  - ▶ **EBITDA marža** sa zvýšila o takmer 11,2 p.p. na 23,6%
- ▶ **Športové služby** s najvyšším nárastom efektívnosti
  - ▶ **Výnosy** narástli o 61,6%, hlavne vďaka VT
  - ▶ **Nárast efektívnosti (EBITDA marža)** z 12,9% na 38,5%,



# Výkonnosť segmentu Hotely: finančné ukazovatele

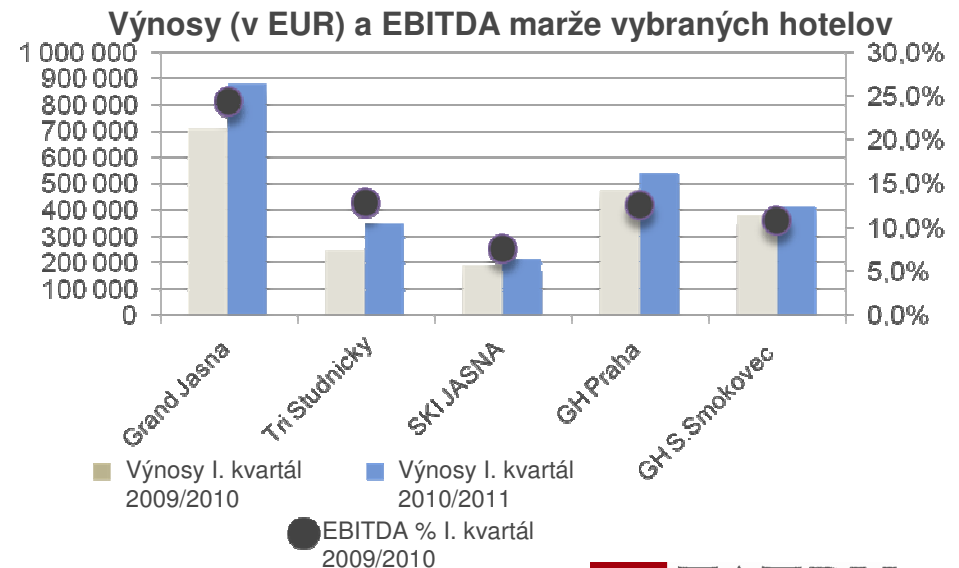
Hosp. rok 2009/2010\*)

- ▶ **Výnosy** dosiahli 8,3mil. EUR
  - ▶ Nárast o 35,2% v porovnaní s minulým Hosp. rokom
  - ▶ Nárast najmä ako dôsledok zlepšenej výkonnosti hotelov vo VT, najmä GH Praha, ktorý zaznamenal nárast tržieb o 67%
- ▶ **EBITDA marža:** nárast na 18,7%
  - ▶ Vysoké Tatry: s najvyššou efektivitou (GH Praha s EBITDA maržou 44%, GH S. Smokovec so 6%)
  - ▶ Jasná NT: najefektívnejší hotel Grand Jasná (10% EBITDA marža)



I. kvartál 2010/2011

- ▶ **Výnosy** hotelov sa zvýšili o 33,2%
  - ▶ Celkové tržby segmentu Hotely dosiahli takmer 2,67 mil. EUR
  - ▶ Hotely vo Vysokých Tatrách rástli o 43% na 1,2 mil. EUR
  - ▶ Hotely v Jasnej NT rástli o 26,4% na takmer 1,5 mil. EUR
- ▶ **EBITDA marža** sa zvýšila z 9,3% na 15,6%
  - ▶ Vysoké Tatry: postupné zlepšovanie efektívnosti
  - ▶ Jasná NT: najefektívnejší hotel Grand Jasná



▶ 25 \*) Hosp. rok 2009/2010 zahŕňa 50% vlastného imania GH S. Smokovec a 100% vlastníctvo GH Praha za 10 mesiacov (28.12.2009-31.10.2010); štvrťročné dáta sú predbežné výsledky

# Výkonnosť segmentu Realitné projekty: finančné ukazovatele

---

## Hosp. rok 2009/2010

- ▶ **Relatívne nový obchodný segment v TMR**
- ▶ **Priaznivé predpoklady:** vlastníctvo pozemkov a infraštruktúry v rezortoch
- ▶ **Kľúčová časť obchodného modelu:** vytvorenie doteraz neexistujúcich centier pre apres-ski voľnočasové aktivity: obchody, bary, disko, zábava atď.
- ▶ **Hosp. rok 2009/2010 ukazuje prvé pozitívne výsledky:**
  - ▶ **Výnosy** vo výške 296 tis. EUR
  - ▶ **EBITDA:** 174 tis. EUR
  - ▶ **EBITDA marža:** 58,4%
  - ▶ **Čistý zisk:** 32 tis. EUR
- ▶ **Výnosy zahŕňajú:**
  - ▶ **Predaj pozemku** v Tatranskej Lomnici
  - ▶ **Výnosy z prenájmu hotelov:** Srdiečko, Kosodrevina, Liptov

## I. kvartál 2010/2011

- ▶ **Žiadne zaznamenané tržby v I. kvartáli 2010/2011**, zimná sezóna bola v znamení prípravy projektov (dokumentácia, infraštruktúra)
- ▶ **Centrum Tatranská Lomnica:**
  - ▶ Doteraz rezervovaných 7 z 12 pozemkov určených na predaj v Lomnica Centrum
  - ▶ Príprava na začiatok stavebných prác, infraštruktúra
- ▶ **Projekt Centrum Jasná:**
  - ▶ Príprava dokumentácie potrebnej pre realizáciu projektu Jasná Centrum

# Výkonnosť segmentu Hory:

## Kľúčové ukazovatele výkonnosti

### Hosp. rok 2009/2010

- ▶ **Horské strediská:** solídny finančný výkon napriek poklesu počtu návštevníkov\*):
  - ▶ Počet návštevníkov sa znížil o 7,5%
- ▶ **Cena/deň:** malé zmeny ako reakcia na kroky konkurencie:
  - ▶ Leto: nárast ceny/deň o 2,2% v oboch rezortoch
  - ▶ Zima: cena/deň sa znížila o 3% (Vysoké Tatry) a 7% (Jasná)
- ▶ **Gastro:** sa podieľalo na celkových tržbách segmentu Hory 9%,
  - ▶ Tržba na zákazníka dosiahla 1,51 EUR
- ▶ **Športové služby:** sa stávajú čoraz populárnejšími medzi návštevníkmi
  - ▶ Tržba na zákazníka dosiahla 0,89 EUR



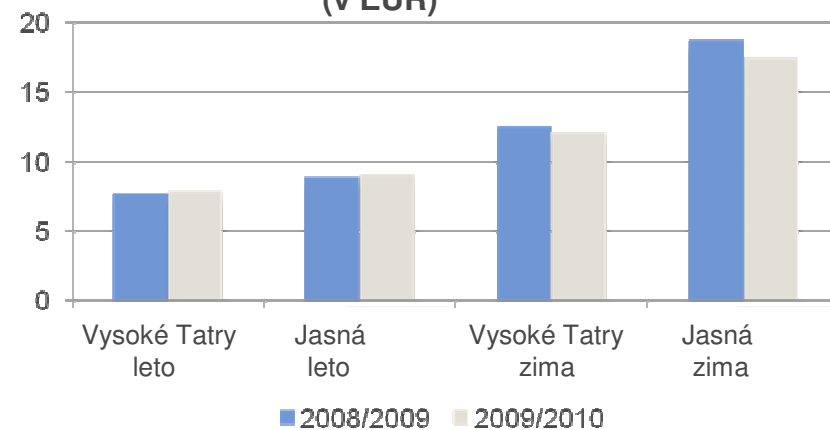
▶ 27

\*) v zmysle predaných osobo-dní, t.j. jeden 4-dňový lístok znamená 4 návštevníkov

### I. kvartál 2010/2011

- ▶ **Horské stredisko Jasná:**
  - ▶ Nárast v počte návštevníkov o 31%
  - ▶ Nárast v počte predaných 6-dňových lístkov o 6,45% v porovnaní s poklesom predaných 4- a 5-dňových lístkov
  - ▶ Zmena z 2-dňových na 3-dňové lístky (nárast o takmer 2%)
  - ▶ Zmenu možno pripísať dlhším pobytom v NT vďaka balíkovým ponukám (ktoré zahŕňajú 3- a 6-dňové lístky)
- ▶ **Horské strediská VT:**
  - ▶ Nárast v počte návštevníkov o 67%
  - ▶ Nárast v počte predaných 3-dňových lístkov o 5,43%
  - ▶ Vplyv balíkových ponúk a spoločných lístkov pre Tatranskú Lomnicu a Štrbské pleso

### Horské strediská: priemerná cena/deň (v EUR)



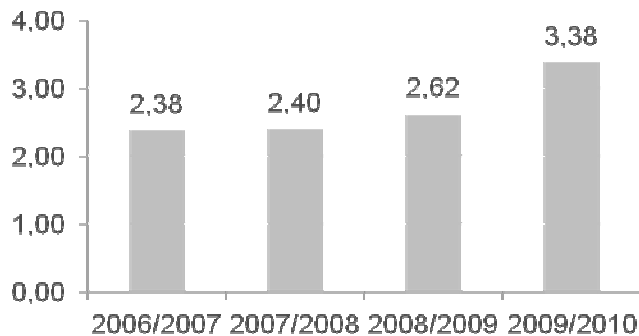
# Výkonnosť segmentu Hotely:

## Kľúčové ukazovatele výkonnosti

### Hosp. rok 2009/2010

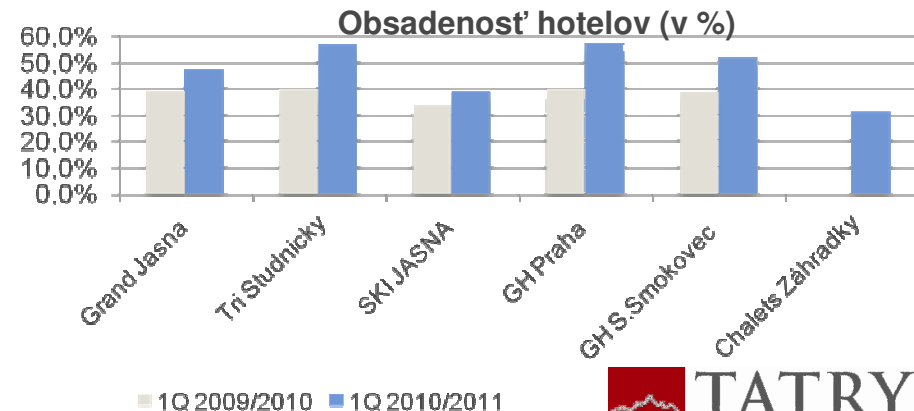
- ▶ **Zvýšenie percenta obsadenosti:**
  - ▶ VT: výrazný nárast obsadenosti v letnej sezóne (z cca. 30% na 66%), v zimnej sezóne mierny nárast obsadenosti
  - ▶ Jasná NT: Grand Jasná – nárast obsadenosti z 27,5% na 41,3%
- ▶ **Pokles priemernej ceny za izbu (ADR):**
  - ▶ Najmä v hoteloch vo VT (GH Praha a GH S. Smokovec) a hotel Grand Jasná
  - ▶ Úprava cien pre korporátnych klientov
- ▶ **Dlhšie pobyty v hoteloch:**
  - ▶ Medziročný nárast o 0,76 dňa na takmer 3,5 dňa

Priemerná dĺžka pobytu v hotelov (v dňoch)



### I. kvartál 2010/2011

- ▶ **Výrazný nárast percenta obsadenosti:**
  - ▶ VT: obsadenosť rástla v GH Praha zo 40% na 57% (v porovnaní s 1.kvartálom 2009/2010), v GH S. Smokovec z 38,7% na 51,6%
  - ▶ Jasná NT: najvyšší nárast obsadenosti v hoteli Tri Studničky (z 39,5% na 56,4%),
  - ▶ Úspešné otvorenie nových chat Chalets Jasná de Luxe \*\*\*\* (NT): obsadenosť dosiahla 31,5%
- ▶ **Priemerná cena za izbu (ADR) – nárast v NT:**
  - ▶ VT: pokles priemernej ceny za izbu o približne 10 EUR kvôli množstevnej zľave pre korporátnych klientov
  - ▶ Jasná NT: nárast ADR v Grand Jasná zo 45 EUR v 1Q 2009/2010 na 68,2 EUR. Hotel Tri Studničky nárast o 7,42 EUR
  - ▶ Chalets Jasná de Luxe \*\*\*\* (NT) dosiahli ADR vo výške 149 EUR
- ▶ **Positívne výsledky možno pripísať:**
  - ▶ Oživeniu nočného života (otvorenie pubov Humno a Happy End)
  - ▶ Priaznivým poveternostným podmienkam





# Apendix

## Klíčové finančné výsledky

## Kľúčové finančné výsledky – TMR: rozdelenie podľa segmentov\*)

V EUR	1Q 2010/2011	1Q 2009/2010	Hosp. rok 2009/2010	Hosp. rok 2008/2009
Výnosy Hory	7,671,762	4,063,250	17,409,671	15,239,634
Výnosy Hotely	2,677,010	2,009,763	8,329,149	6,159,468
Výnosy Realitné projekty	0	0	295,618	0
<b>VÝNOSY SPOLU</b>	<b>10,348,772</b>	<b>6,073,013</b>	<b>26,034,438</b>	<b>21,399,102</b>
EBITDA Hory	1,805,289	566,100	4,951,661	3,570,821
EBITDA Hotely	418,369	186,594	1,556,385	14,650
EBITDA Realitné projekty	0	(2,875)	174,352	0
<b>EBITDA SPOLU</b>	<b>2,223,659</b>	<b>749,819</b>	<b>6,682,398</b>	<b>3,585,471</b>
<i>EBITDA marža SPOLU</i>	<i>21.5%</i>	<i>12.3%</i>	<i>25.7%</i>	<i>16.8%</i>

\*) Finančné výkazy 2009/2010 sú konsolidované podľa IFRS, auditované, upravené o 50% vlastného imania GH S. Smokovec a 10-mesačné vlastníctvo GH Praha; 2008/2009 pro forma konsolidované výkazy vykázané na základe Slovenských účtovných štandardov. Štvrťročné dáta sú predbežné výsledky.

# Kľúčové finančné výsledky: segment Hory

V EUR	1Q 2010/2011	1Q 2009/2010	Hosp. rok 2009/2010	Hosp. rok 2008/2009
Horské strediská	6,421,372	3,277,126	14,934,142	12,819,192
Gastro	671,576	427,887	1,562,273	1,605,113
Športové služby	578,813	358,237	913,256	815,329
<b>VÝNOSY SPOLU</b>	<b>7,671,762</b>	<b>4,063,250</b>	<b>17,409,671</b>	<b>15,239,634</b>
Horské strediská EBITDA	1,424,113	466,790	4,798,977	3,789,425
Gastro EBITDA	158,500	53,271	127,253	(61,372)
Športové služby EBITDA	222,676	46,039	25,431	(157,232)
<b>EBITDA SPOLU</b>	<b>2,223,659</b>	<b>749,819</b>	<b>6,682,398</b>	<b>3,570,821</b>
<i>EBITDA marža</i>	<i>29%</i>	<i>18%</i>	<i>38%</i>	<i>24%</i>

\*) Finančné výkazy 2009/2010 sú konsolidované podľa IFRS, auditované. Finančné výkazy za rok 2008/2009 sú pro forma konsolidované výkazy vykázané na základe Slovenských účtovných štandardov. Štvrťročné dáta sú predbežné výsledky.

## Kľúčové finančné výsledky: segment Hotely

V EUR	1Q 2010/2011	1Q 2009/2010	Hosp. rok 2009/2010	Hosp. rok 2008/2009
Hotely Vysoké Tatry Výnosy	803,757	469,523	3,330,617	1,572,900
GH Starý Smokovec 50% vlastného imania	410,530	382,839	1,443,352	1,037,686
Hotely Jasná NT Výnosy	1,462,723	1,157,400	3,555,179	3,548,882
<b>HOTELY SPOLU VÝNOSY</b>	<b>2,677,010</b>	<b>2,009,763</b>	<b>8,329,149</b>	<b>6,159,468</b>
Hotely Vysoké Tatry EBITDA	88,536	20,538	1,413,223	92,115
Hotely Jasná NT EBITDA	285,685	152,804	55,425	(43,063)
GH Starý Smokovec 50% vlastného imania	44,149	13,252	87,737	(34,402)
<b>HOTELY SPOLU EBITDA *)</b>	<b>418,369</b>	<b>186,594</b>	<b>1,556,385</b>	<b>14,650</b>
<i>EBITDA marža</i>	<i>15.6%</i>	<i>9.3%</i>	<i>18.6%</i>	<i>0.2%</i>

\*) Finančné výkazy 2009/2010 sú konsolidované podľa IFRS, auditované, upravené o 50% vlastného imania GH S. Smokovec a 10-mesačné vlastníctvo GH Praha; 2008/2009 pro forma konsolidované výkazy vykázané na základe Slovenských účtovných štandardov. Štvrťročné dáta sú predbežné výsledky.



## Použité skratky

## Použité skratky

---

- ▶ ADR – Priemerná denná cena za izbu
- ▶ ATL communication – Nadlinková komunikácia
- ▶ BCPB – Burza cenných papierov v Bratislave
- ▶ CAPEX – Kapitálové výdavky
- ▶ CSR – Spoločenská zodpovednosť firiem
- ▶ EBITDA – Prevádzkový hospodársky výsledok pred zdanením, úrokmi a bez odpisov
- ▶ EPS – Zisk na akciu
- ▶ GH – Grandhotel
- ▶ Hosp. rok – Hospodársky rok
- ▶ IFRS – Medzinárodné účtovné štandardy
- ▶ NT – Nízke Tatry
- ▶ TMR – Tatry Mountain Resorts, a.s.
- ▶ VT – Vysoké Tatry
- ▶ SAS – Slovenské účtovné štandardy