



NOVÁ ÉRA TATIER



ZHODNOTENIE ZIMNEJ SEZÓNY V STREDISKÁCH TATRY MOUNTAIN RESORTS, a.s.

- V NAJVÄČŠOM LYŽIARSKOM STREDISKU V SR
JASNÁ NÍZKE TATRY – CHOPOK SEVER, CHOPOK JUH
- NAJVYŠŠIE POLOŽENOM LYŽIARSKOM STREDISKU
VYSOKÉ TATRY - TATRANSKÁ LOMNICA, STARÝ SMOKOVEC



Vážení akcionári a klienti,

Tatry predstavujú jedinú alternatívu alpským strediskám na území strednej a východnej Európy. Rozlohou a výškou sa im nemôžu rovnať, to je však nahradené možnosťou rýchleho presunu do vysokohorských polôh a možnosťami zábavy všetkého druhu v rôzne zameraných strediskách._

Aj to je dôvod prečo sme naše podnikanie sústredili práve sem. Sme hrdí na Tatry a chceme ich ponuku zlepšovať, aby boli konkurenčné nielen v rámci Slovenska, ale aj v rámci okolitej Európy.

Ako verejne obchodovateľná spoločnosť chceme byť transparentní a otvorení voči akcionárom a verejnosti, a aj z tohto dôvodu sme sa prvý krát v našej histórii rozhodli predstaviť naše výsledky už po skončení zimnej sezóny.

Zimná sezóna nám priniesla pozitíva, ale nielen tie. V prvom rade nám však ukázala, že sme vytvorili dobrý základ aj pre úspechy budúcich sezón.

Uvedomujeme si našu leaderskú pozíciu v oblasti cestovného ruchu a preto sa snažíme byť o to viac inovatívni a snažíme sa, aby naše služby boli čo najlepšie. Príkladom toho je zavedenie úspešných pobytových balíkov, návrat Poliakov aj lyžiarov z rusky hovoriacich krajín, veľmi dobré výsledky sme dosiahli v poskytovaní doplnkových služieb ako sú lyžiarske školy, požičovne, gastro, uviedli sme do prevádzky lanovku GrandJet, ale aj zaznamenali rekordné návštevnosti našich webstránok. Tak ako všetci, aj my sme museli zápasiť s nepriazňou počasia – vietor, absencia prírodného snehu a mrazov, neskorý začiatok zimnej sezóny.

V posledných troch rokoch sme realizovali investície do infraštruktúry v celkovej hodnote 45 mil. €. Napriek tomu, čo sme v Tatrách investovali doteraz, môžeme tento stav nazvať fázou pred rozvojom. Naša investičná story ponúka možnosť zúčastniť sa premeny dokonalej príležitosti na dokonalý podnik. Plánujeme ďalšie investície do infraštruktúry stredísk v hodnote cca. 90 mil. € a ďalšie investície do developerských projektov v centrách Tatranskej Lomnice a Jasnej. Vznikne komplex investícií, ktoré nie sú výsledkom obyčajného prirodzeného rozvoja. Chceme zabezpečiť rozvoj, keď sa predpoklad na úspech zmení na úspech samotný. Aj preto môže byť každý súčasťou tohto úspechu. Spoločnosť ako verejne obchodovateľná spustila kampaň na predaj akcií, kde je okrem dividend aj garancia benefitov pre členov akcionárskeho klubu. Verím, že rady akcionárov sa budú rozširovať a budeme sa pravidelne stretávať nielen na našich stránkach ale i v strediskách.

Predkladám vám materiál, ktorý v ucelenej podobe sumarizuje výsledky zimnej sezóny 2009/2010.



NAŠE ÚSPECHY, AKO LEADEROV MEDZI LYŽIARSKYMI STREDISKAMI V SR SA NÁM PODARILO ZHRNÚŤ DO ŠIESTICH ZÁKLADNÝCH OBLASTÍ.

POBYTOVÉ BALÍKY

Veľký úspech zaznamenali v tejto sezóne pobytové balíky so skipasmi. Až 25% lyžiarov použilo skipasy prostredníctvom pobytových balíkov. Týmto sa podarilo predĺžiť priemernú dĺžku pobytu a zároveň aj predať väčší počet viacdenných skipasov ako v minulej sezóne. V budúcej sezóne ešte očakávame nárast záujmu, nakoľko krivka dopytu ubytovateľov aj koncových zákazníkov po balíkoch mala rastúcu tendenciu počas celej zimnej sezóny. Vďaka dobre nastaveným a dostatočne skoro odkomunikovaným pobytovým balíkom bola výrazne lepšia vyťaženosť našich hotelov – nárast bol vo vysokotatranských hoteloch až do 68% a v hoteloch v Jasnej do 20%.

ÚSPECH HOTELOV

V stredisku Jasná Nízke Tatry sme zaznamenali zvýšený dopyt po ubytovaní v strediskových hoteloch - najmä v hoteli Grand, ktorý sa vďaka novej kabínkovej lanovke v Jasnej Nízke Tatry stal hotelom ski in – ski out a týmto výrazne stúpol záujem sa v hoteli ubytovať. Tento previs aktívne podporil obsadenosť nielen v hoteli Grand, ale vďaka možnosti presunu hostí na Hotel Tri Studničky rovnako zvýšil obsadenosť aj tohto hotela.

UNIKÁTNA GRAND JET LANOVKA

Nová kabínková lanovka Grand Jet v stredisku Jasná Nízke Tatry je svetových unikátom, prvýkrát na svete bola použitá pri kabínkovej lanovke (gondole) oranžová farebnosť skiel, ktorá sa používa úspešne vo svete pri sedačkových lanovkách so záklapným štítom, na Slovensku často nazývaným ako bublina. Táto atraktívna a vo svete nová kabínková lanovka značky Doppelmayr potvrdzuje leaderskú pozíciu strediska, lebo je tým najlepším čo je momentálne na trhu dostupné. Investor a operátor lanovky, firma WEBIS spol. s r.o. potvrdila, že jej atraktívnosť ocenili aj lyžiari. Od poslednej sezóny v stredisku fungovali dvaja operátori – TMR a WEBIS. Ide o nový druh spolupráce netypický pre Slovenské podnikateľské prostredie. Základná filozofia nového modelu je, že dva podnikateľské subjekty úzko spolupracujú bez vzájomného majetkového a akcionárskeho prepojenia v jednej oblasti podnikania a to konkrétne pri prevádzke lyžiarskeho strediska Jasná Nízke Tatry.

REKORDNÝ FEBRUÁR, NÁVRAT POLIAKOV

Hlavný prázdninový mesiac zimnej sezóny február, bol veľmi úspešným mesiacom. Spôsobil to hlavne návrat Poľskej klientely a efektívna marketingová kampaň na Slovensku. K pozitívnemu výsledku tohto mesiaca prispel aj priaznivý vývoj výmenného kurzu poľského zlotého.



V decembri 2008, na začiatku zimnej sezóny, kurz Poľského zlotého v dôsledku finančnej a ekonomickej krízy vo vzťahu k Euro mene rástol z 3,5 až na 4,75 vo februári 2009 (išlo o minuloročnú zimnú sezónu). Toto spôsobilo v zime 2008/2009 výpadok Poľskej klientely. Kurz sa v tejto sezóne pomaly posilňoval z 4,2 v decembri 2009 až po 3,9 v marci 2010, čím posilnil kúpyschopnosť poľských občanov v zahraničí a motivoval ich k pobytu zimnej dovolenky v Eurozóne. Zároveň silná marketingová kampaň spôsobila, že Slovensko sa stalo hitom zimnej sezóny. Kvalitná ponuka, dostupnosť stredísk a dobrá cena, boli konkurenčné voči alpským aj domácim poľským

rezortom. Prvýkrát v histórii sa naše strediská v Poľsku masívne medializovali cez 1000 ks billboardov, 190 spotov v TV, kampaň v regionálnych rádiách, veľkú produktovú kampaň vo fitness centrách a športových obchodoch, inzercie a vkladanie produktových brožuriek do 400 000 ks celoplošne distribuovaných časopisov. Rovnako k tomu prispeli web kampane v poľských vyhľadávачoch ako aj vytvorenie špeciálne landingovej webstránky www.nartyslowacja.pl vytvorenej presne podľa analýzy poľského lyžiara.





RUSKY HOVORIACI KLIENTI SA VRÁTILI

Aktívna práca s touroperátormi, infocesty a cielené PR pomohli návratu klientov z rusky hovoriacich krajín. Ide o klientelu, ktorá neprichádza na celú zimnú sezónu, ale hlavne v termíne okolo prelomu rokov a začiatkom januára. Dokáže však dobre vyplniť termíny, ktoré iní klienti využívajú menej. Týka sa to hlavne obdobia Nového roka podľa Gregoriánskeho kalendára. Aj z tohto dôvodu je návrat tejto klientely veľmi dôležitý pre obsadenosť stredísk a hotelov.

LIPTOV REGION CARD – SPOLUPRÁCA V LIPTOVE

O produkt Karta zliav – Liptov Region Card, ktorý sme vymysleli a naštartovali v rámci regiónu Liptov, bol tiež zo strany klientov značný záujem. Okrem toho, že úspešne naštartoval a dopĺňal spoluprácu v regióne pri pobytových balíkoch, tak ako bolo spomenuté v úvode, prispel k nárastu predaja viacdenných skipasov, ako aj nárastu priemerného počtu prenocovaní v ubytovacích zariadeniach.

REKORDNÉ WEB STRÁNKY

Vzrastajúci záujem o naše strediská sa odrazil aj v návštevnosti web stránok, ktorá dosiahla historické rekordy. Denná návštevnosť sa vyšplhala priemerne na viac ako 9 000 unikátnych návštevníkov, pričom najvyššie denná návštevnosť v tejto zime bola až 22 903 návštevníkov. Percentuálny nárast priemernej dennej návštevnosti v zime 2009/2010 oproti zime 2008/2009 bol viac ako 50%. Lyžiari cez strediskové webstránky hľadali aj ubytovanie, čo im uľahčoval formulár na rýchle vyhľadanie pobytu, alebo konkrétneho pobytového balíka, efektívne umiestnený v pravom hornom rohu webstránok.

LYŽIARSKA ŠKOLA A GASTRO DOSIAHLI RASTY

Doplňkové služby v rezortoch fungovali efektívnejšie a lepšie ako v minulých rokoch. Historicky sa podarilo túto zimnú sezónu dosiahnuť v gastro prevádzkach a v prevádzkach sport services (lyžiarska škola, požičovňa, servis a športové obchody) najlepšie výsledky. Klienti si v stredisku vyberali hlavne kvalitné služby prevádzkované pod značkou strediska. Napríklad tržby v športovom obchode v Jasnej medziročne narástli o 52%, v tržbách lyžiarskej školy vo Vysokých Tatrách sme medziročne zaznamenali nárst o 43%. Zrejmý je aj jednoznačný medziročný nárast obratu na hosťa, čo v Jasnej činilo 25% a vo Vysokých Tatrách 16%.

Tieto úspechy boli jasným potvrdením leaderskej pozície našich lyžiarskych stredísk v segmente poskytovania služieb horskej zimnej turistiky.

V NIEKTORÝCH ASPEKTOCH ZIMNÁ SEZÓNA 2009/2010 NESPLNILA NAŠE OČAKÁVANIA.

NESKORÝ NÁSTUP ZIMY

Neskorý nástup zimy negatívne ovplyvnil začiatok zimnej sezóny. Navyiac aj dážď počas Vianočných sviatkov a Silvestra, ktorý býva štandardne silným dovolenkovým termínom, spôsobil výpadok návštevnosti a nižšie tržby v porovnaní s rovnakým mesiacom v predchádzajúcich obdobiach. Z tohto dôvodu tržby nedosiahli predpokladanú úroveň.

NEDOSTATOK PRÍRODNÉHO SNEHU

Štandardne začína zimná sezóna už v novembri a tak ako neštandardne začala sezóna až 18.12., tak počasie skomplikovalo aj záver sezóny. Prudké oteplenie malo za následok rýchly úbytok snehu, najmä prírodného. V niektorých lokalitách odkázaných na prírodný sneh sa takmer celú zimu nedalo lyžovať. Vo Vysokých Tatrách v Tatranskej Lomnici, v lokalite Lomnické sedlo sa začala sezóna až vo februári a najlepšie snehové podmienky tam boli paradoxne až na jar, v apríli, teda na sklonku sezóny. V úseku Skalnaté pleso – Čučoriedky sa v dôsledku nedostatku prírodného snehu v podstate nelyžovalo a rovnako to bolo v Starom Smokovci na Hrebienku. V stredisku Chopok Juh, ktoré je známe svojimi skvelými podmienkami pre voľné – freeride lyžovanie, nedostatok prírodného snehu tiež spôsobil výpadok tržieb.





KONKURENCIA

V regióne Vysokých Tatier použila konkurencia stratégiu nízkych cien, čo však neprineslo viac turistov do regiónu, ale iba ich podiel prerozdělilo medzi viaceré strediská.

VETERNÉ POČASIE

Zaznamenali sme vysoký počet veterných dní vo februári, čo je tradične najsilnejší mesiac v sezóne. Časť lanoviek, teda vo veterné dni nemohla premávať. Napriek tomu boli tržby vyššie ako v minulom roku, čo podporuje myšlienku budovať dopravné zariadenia odolné voči vetru.

POTREBA ZDRUŽOVAŤ SA

Pre Vysoké Tatry bola aj túto sezónu charakteristická absencia, alebo ťažšia spolupráca s ubytovateľmi. Tu sme zaznamenali v porovnaní s Jasnou Nízkou Tatry nižší počet predaných balíkov. Aj z toho vyplýva nutnosť spájania sa – napr. vytvoriť Klaster Tatry, spájať sa do regionálnych združení cestovného ruchu a do spolkov s konkurenčnými strediskami, vytvárať atraktívnejší balík s väčším počtom kilometrov lyžiarskych tratí.



VŠETKY UVEDENÉ SKUTOČNOSTI VYÚSTILI DO NASLEDOVNÉHO:

- ✓ Výrazne vyššie tržby hotelov – vysokotatranské hotely o 30% a hotely v Nízkych Tatrách o 10%.
- ✓ Prepad tržieb na lanových dráhach – medziročne vo Vysokých Tatrách o 22,3% a v Jasnej Nízke Tatry o 10,1%.
- ✓ Lepšie tržby na gastro a sport services - v sport service to bolo až do 52% vyššie ako v minulom roku, gastro prevádzky sa vyšplhali až na 90% nárasty.

Veľkým pozitívom bola stabilizácia manažmentu, ktorá vďaka racionalizačným opatreniam priniesla vyššiu efektivitu práce. Tým sa dosiahlo zníženie nákladov v oblastiach – sport services, gastro.

Všetko toto smeruje k udržaniu EBITDA z minulého roku a potvrdeniu nášho leaderstva v segmente poskytovanie služieb v oblasti horského lyžiarskeho biznisu. V porovnaní s konkurenčnými poskytovateľmi lyžiarskych služieb dosiahla spoločnosť TMR lepšie výsledky, keď vykázala iba mierny pokles objemu tržieb a prevádzkových ziskov.

VÝSLEDKY ZIMY 2009/2010 JEDNOZNAČNE UKAZUJÚ, AKÉ BY MALO BYŤ ĎALŠIE SMEROVANIE STREDÍSK, ČO SI VYŽADUJE ZMENU A ČO JE NASTAVENÉ DOBRE. ĎALŠIE SMEROVANIE SA DÁ ZHRNÚŤ DO NASLEDUJÚCICH BODOV:

- ✓ Výrazný previs dopytu po ubytovaní v našich hoteloch nám umožňuje zvýšiť ich efektivitu.
- ✓ V budúcom roku sa môžeme spoľahnúť na vyšší dopyt po balíkoch v našich hoteloch aj v iných zariadeniach, vďaka spolupráci v rámci Liptov Card a vďaka vzniku Klaster Tatry. Včasný začiatok negociácií podmienok s ubytovateľmi bude tiež kľúčový pre ďalší nárast predaja balíkových pobytov.
- ✓ Využijeme zvýšený záujem zo strany turistov z rusky hovoriacich krajín, podporíme pozitívny trend ešte vyššou aktivitou v tomto smere – pripravíme aj viac infociest a budeme pracovať s cieľným PR.





■ STREDISKO VYSOKÉ TATRY

- ✓ Zvýšime garanciu lyžovania z Lomnického sedla do Tatranskej Lomnice tým, že zasnežíme aj úsek od Skalnatého plesa až po lokalitu Čučoriedky. Doplnením ponuky strediska o ďalšiu červenú zjazdovku, vznikne komplexnejšia ponuka služieb a teda očakávame zásadné zlepšenie lyžiarskych podmienok.
- ✓ Vyjednáváním s konkurenciou vytvoríme zaujímavejšiu ponuku pre koncového zákazníka s výhodnejšími cenami skipasov – viac km zjazdoviek v lepšej cene na jeden skipas, z čoho bude plynúť zvýšený počet pobytových balíkov vo Vysokých Tatrách.
- ✓ Odstránenie čakacích dôb v exponovaných termínoch vybudovaním novej lanovky – nová šesťsedáčková lanovka bude tým najmodernejším systémom, ktorý ponúka farebný základný štít, RPD systém – špeciálny systém pre veterné lokality, vyhrievanie sedadiel a iné novinky.
- ✓ Pribudne parkovisko ski in – ski out pre 350 vozidiel. Odstránime týmto často kritizované miesto v Tatranskej omnici a znížime závislosť od mestských platených parkovísk.

■ JASNÁ NÍZKE TATRY

- ✓ Vybudovaním prvého úseku Záhradky – Priehyba začneme plniť sen mnohých lyžiarov o pohodlnom prepojení Chopku Sever s Juhom lanovkou. Tým, že bude lanovka v pásme lesa, znížime tak závislosť od vhodných poveternostných podmienok a použitie systému RPD umožní prepravu aj vo veterné dni. Zároveň tým definitívne odstránime rady na lanovky.
- ✓ Uvedomujeme si dôležitosť podporiť život v stredisku vo večerných hodinách. Lepším využitím nami vlastnených budov získame novú nákupnú zónu v ľavej časti prízemnia hotela Grand. Týmto, spolu s počas tohto roka vytvorenou lyžiarskou reštauráciou a apreski barom v hoteli Grand, ponúkame hostovi komplexnú ponuku. V kontexte so spustením prevádzky novej kabínky GrandJet a dobudovaním obslužných priestorov v jej okolí – pokladne a športový obchod, sme sa rozhodli priestory obchodu rozšíriť a do tejto novovzniknutej zóny presunúť aj servis lyží. Týmto bude servis priamo v centre strediska a dosiahneme jeho vyššiu efektivitu, keďže klesnú náklady na prevoz lyží z hotela Grand na pôvodné miesto na Záhradkách a späť.
- ✓ Úspech hotelov a ich vyššia vyťaženosť vyvolala tlak na dobudovanie wellness služieb v hoteli Grand a Tri Studničky. Zlepšenou ponukou služieb si vytvárame bázu na nárast efektivity v hoteloch.

■ NAŠ ÚSPECH MÔŽE BYŤ AJ VAŠIM ÚSPECHOM

Vytvárame dobrý základ pre úspech budúcej sezóny čo potvrdzuje, že ďalšie investície sú správnym smerom pre zvyšovanie efektivity a tržieb jednotlivých prevádzok. Vnímame ako veľmi dôležité doinvestovanie stredísk a potvrdzovanie našej leaderskej pozície cez prínos nielen technologických novinek, ale aj aktívnej práce v regiónoch na spoločnom ťažení smerom k stabilizácii trhu a nárastu návštevnosti.

Prispieť k tomu môže každý, kto má záujem podieľať sa kúpou akcií TMR na raste Tatier. V médiách už určitý čas beží kampaň tzv. Novej éry Tatier. Pre koho by mali byť akcie TMR atraktívnou investíciou? Akcie TMR by si mal kúpiť do portfólia človek, ktorý hľadá vhodný titul, ku ktorému bude mať osobitný vzťah vďaka jedinečnosti prírodných daností, ktoré sú neopakovateľné. Akcionár TMR spoluvlastní kaviareň a lanovku na druhom najvyššom štíte v strednej Európe, stáva sa spolumajiteľom všetkého významného, čo v Nízkych a Vysokých Tatrách vytvorila ruka človeka, získa pocit spoluvlastníctva k spoločnosti, ktorá je lídrom turistického odvetvia v SR a bude sa pokúšať o podobnú pozíciu v strednej Európe.



Viac informácií ako investovať nájdete na www.tmr.sk