



NOVÁ ÉRA TATIER



PREDBEŽNÉ VYHLÁSENIE EMITENTA TATRY MOUNTAIN RESORTS, A.S.

ZA OBDOBIE 1. 11. 2010 - 31. 1. 2011



Vážení akcionári a klienti,

v posledných 4 rokoch a asi najintenzívnejšie práve v tom predchádzajúcom sme sa zamerali na rozvoj Tatier, na zmeny ktoré najmenším veľhorám sveta prinesú kvalitnejšie služby, pohodlnejšiu dopravu, garanciu lyžovania, jednoducho povedané vyššiu hodnotu pre klienta. Som hrdý, že môžem byť súčasťou tejto obrovskej premeny. Premeny, ktorej výsledkom budú konkurencie schopné Tatry v rámci Slovenska, ale aj v rámci okolitej Európy.

Som veľmi rád, že výsledky, ktoré Vám predkladám v predbežnom hlásení k I. kvartálu finančného roku 2010/2011 potvrdili, že „Nová éra Tatier“ sa postupne stáva realitou.

V tomto materiáli zhodnocujem základné udalosti tejto časti finančného roku. Štart minulej zimy pre Tatry nebol najšťastnejším kvôli výkyvom počasia, naproti tomu táto zimná sezóna, aj keď bola skúpa na prírodný sneh priniesla mrazivé počasie, ktoré sme operatívne využili a spravili základ pre dobrú lyžiarsku sezónu.

Úspech prvého kvartálu však nemôže a ani nie je len otázkou počasia. Stojí za ním kvalitná príprava na sezónu, veľké finančné investície do vylepšenia ponuky stredísk a v neposlednom rade kolektív mojich spolupracovníkov, ktorí preukázali svoju profesionalitu.

Investície do stredísk a hotelov, ktoré sa realizovali pred zimnou sezónou presiahli 26 mil. EUR a aj vďaka nim Tatry ponúkajú oveľa lepšiu kvalitu služieb. Dve 6-sedačkové lanovky s oranžovými štípmi a špeciálnym systémom, vďaka ktorému sú lanovky odolnejšie vo vetre, boli najväčšími investíciami. Tatry mountain resorts, a.s. (TMR) významne skvalitnilo parkovanie v oboch tatranských strediskách. Zároveň sa zlepšili možnosti pre plnohodnotné trávenie večerných hodín v okolí stredísk.

Teším sa z toho, že sme spolu s ubytovateľmi v regióne Tatier potvrdili, že vieme nájsť spôsob ako spolupracovať a tvoriť atraktívne pobytové balíky. Vďaka zľavovým kartám, ktoré už roky úspešne využívajú hlavne alpské rezorty sme dokázali aj na Slovensku, v Tatrách ponúknuť zaujímavé produkty, ktoré naplňali naše strediská, hotely, aj prevádzky doplnkových služieb.

Už minulé sezóna signalizovala, že sa nám podarilo zastaviť klesajúci počet Poľských lyžiarov a dovolenkárov. V prvom kvartáli tohto roku sa nám podarilo tento nárast ešte viac zvýrazniť. Spomenutí klienti sú pre Tatry veľmi zaujímaví, nakoľko po domácej klientele tvoria najdôležitejšiu skupinu návštevníkov. Aktívna obchodno-marketingová práca v rusky hovoriacich krajinách a v Čechách, zase dokázala zvýšiť aj podiel tejto klientely v Tatrách.

Už tradične sa najvýznamnejšie na výsledkoch spoločnosti podieľal segment Hory, čo potvrdil aj prvý kvartál finančného roku. Musím s radosťou a hrdosťou skonštatovať, že sme zaznamenali druhý najlepší začiatok zimnej sezóny za posledných 5 rokov, čo pripisujeme jednak úspešným investíciám do infraštruktúry vo výške 70 mil. EUR za posledné 4 roky, ako aj správne zrealizovanej marketingovej kampani na Slovensku aj v ostatných cieľových troch. Segment Hory sa môže pochváliť nárastom výnosov o 98% v porovnaní s I. kvartálom 2009/2010. Nárast návštevníkov v strediskách bol tiež podstatný – strediská TMR mali až o 44% viac návštevníkov. Nárast bol najmä vďaka stredisku Vysoké Tatry, ktoré dosiahlo nárast v počte lyžiarov o 67%.

Najvyšší nárast efektívnosti zaznamenal subsegment Športové služby, predstavoval 66%. Kvalitné služby našich lyžiarskych škôl, požičovní, ski servisu, či športových obchodov sú lyžiarmi vysoko oceňované. Výsledky ďalšieho subsegmentu, ktorý sa stará o komplexnú ponuku stredísk, subsegment Gastro rovnako významne narástli, výnosy vzrástli až na 61%. Výsledky v oboch subsegmentoch potvrdzujú jednoznačný rast bonitnejšej klientely v našich strediskách.

Hotelové zariadenia, ktoré prevádzkuje TMR využili synergie, ktoré im ponúkajú naše strediská na ďalší rast. O čom hovoria aj ich výsledky, ktoré boli dosiahnuté najmä vďaka tvorbe atraktívnych pobytových balíkov so skipasmi. Teší ma, že sa výnosy hotelov zvýšili oproti kvartálu 2009/2010 o 35%.

Pevne verím, že dobre naštartovaný prvý kvartál je nielen výborným začiatkom finančného roku, ale hlavne, že je základom pre výrazný nárast prevádzkového zisku pre celý rok 2010/11. Tieto výsledky sú zároveň predpokladom pre rast ceny akcií a dividend za toto obdobie.

Bohuš Hlavatý, CEO TMR



■ NÁRAST VÝNOSOV TMR AŽ O 78%

V TATRY MOUNTAIN RESORTS, a.s. si veľmi uvedomujeme potrebu doinvestovania Tatier, tak aby mohli byť konkurenčné, aby ponúkali kvalitné služby a boli modernými strediskami aktívneho oddychu a zábavy. Ako líder v oblasti cestovného ruchu sme sa sústredili prioritne na výstavbu dopravných zariadení, teda lanoviek, ale pred zimnou sezónou 2010/2011 sme investovali aj do ďalších doplnkových služieb. Na začiatku zimnej sezóny nám prišlo aj počasie. Dostatok mrazivých dní umožnil zasnežovanie zjazdoviek a sezóna začala už začiatkom decembra, čo bolo skôr ako v minulom roku. TMR investíciami aj cieľovým marketingom dokázalo výrazne zlepšiť výsledky spoločnosti v porovnaní s minuloročným prvým kvartálom a aj týmto potvrdzuje rastový trend TMR.

Výnosy predstavovali 10,8 mil. EUR, čo znamená v porovnaní s I. kvartálom 2009/2010 **nárasta až o 78%**. **Zisk spoločnosti TMR** pred započítaním úrokov, daní a odpisov (**EBITDA**) mal **nárast až 230% na 2,5 milióna EUR**. Už tradične sa najvýznamnejšie na výsledkoch spoločnosti podieľal segment Hory, čo potvrdil aj prvý kvartál finančného roku. Segment Hory dosiahol aj najvyšší nárast prevádzkovej efektívnosti. Najmladší a zároveň najmenší segment, segment Realitné projekty, ako jediný nezaznamenal významné výnosy, keďže zimná sezóna je pre segment v znamení prípravy dokumentácie a infraštruktúry projektov – Centrum Tatranská Lomnica a Centrum Jasná. TMR dosiahol v I. kvartáli konsolidovaný ZISK vo výške 2,9 mil. EUR a veľkým úspechom je skutočnosť, že v tomto reportovanom období boli všetky segmenty TMR ziskové, t. j. vykázali za toto obdobie kladný hospodársky výsledok.

■ NOVÉ LANOVKY A KM ZASNEŽOVANÝCH TRÁS, AJ VĎAKA NIM AŽ 98% NÁRAST TRŽIEB V SEGMENTE HORY

Pred zimnou sezónou sme opäť v rekordne krátkom čase postavili dve nové 6-sedačkové lanovky.

V najväčšom lyžiarskom stredisku na Slovensku, v stredisku **Jasná Nízke Tatry** to bola **6-sedačková lanovka** zo Záhradiek na Priehybu. Prepravná kapacita novej lanovky je 2400 os./hod., dĺžka 1288 m, prevýšenie 341 m, dopravná rýchlosť 5 m/s a prepravný čas je 4,7 min., vďaka záklapným štítom oranžovej farby sa stala veľmi obľúbenou a využívanou. Lanovka je v pásme lesa, znížili sme týmto závislosť od poveternostných podmienok a použitie systému RPD umožnilo prepravu aj vo veterné dni. Zároveň sme týmto odstránili rady na lanovky v časti Záhradky. Obľúbená lokalita Záhradky teda získala ešte viac na atraktivnosti. Zároveň vybudovaním prvého úseku Záhradky – Priehyba sme začali plniť sen mnohých lyžiarov o pohodlnom prepojení severnej strany Chopku s južnou lanovkou. Zároveň v stredisku pribudli ďalšie zasnežovacie delá na obľúbenej zjazdovke Turistická, čím sa významne zvýšila technickým snehom **garantovaná dĺžka zjazdoviek na 17 km**. Posilnila sa hlavne ponuka pre rodiny s deťmi, vďaka zasnežovaniu ľahkej, modrej trasy a doplnkovým službám, čím stredisko získalo na komplexnosti.

Najvyššie položené lyžiarske stredisko v SR – **Vysoké Tatry Tatranská Lomnica** získalo na atraktivnosti a komforte vďaka **prvej vyhrievanej 6-sedačkovej lanovke** s oranžovým záklapným štítom v SR. Prepravná kapacita novej lanovky je 2600 os./hod., dĺžka 1889 m, prevýšenie 280 m, dopravná rýchlosť 5 m/s a prepravný čas do koncovkej stanice Štart 6,7 min. Ten kto bol zvyknutý, že v Tatranskej Lomnici sa tvorili rady kvôli nízkej kapacite bol tento rok prekvapený, nakoľko lanovka od svojho spustenia významne kapacitu posilnila a eliminovala čakacie rady. **Dosneženie úseku nad Čučoriedkami až po Skalnaté Pleso** bolo zase pozitívnym krokom smerom k vyššej garancii lyžovania – stredisko ponúka až 30 ha technicky zasnežovaných trás, čo ocenili hlavne lepší lyžiar, nakoľko sa umožnila lyžovačka od Lomnického sedla až po Tatranskú Lomnicu na 6 km zjazdovke najdlhšej v SR. Televízna kampaň, ktorú stredisko spustilo hovorila o tom, že Tatranská Lomnica sa zmenila a ten kto prišiel musel súhlasiť. Ponuka lyžiarov oslovila, o čom svedčí aj nárast lyžiarov z roka na rok o 67%. V minulosti skôr rezort známy cez vyhliadkovú turistiku, či lyžovačku na čiernej zjazdovke v Lomnickom sedle, sa významne posunul smerom ku komplexnosti a vďaka zasnežovaniu sa predpokladá, že môže mať najdlhšiu lyžiarsku sezónu na Slovensku.

Návštevnosť stredísk narástla o 44% v porovnaní s I. kvartálom roku 2009/2010, výnosy subsegmentu Horské strediská sa zvýšili o 107% a to hlavne vďaka stredisku Vysoké Tatry.





■ PARKOVANIE PRI ZJAZDOVKÁCH A SKIBUSY

Roky bolo veľkým handicapom Nízkych aj Vysokých Tatier problém dopraviť sa do strediska, alebo zaparkovať. Strediská aktívne pracovali aj na tomto atribúte dobrej lyžovačky a došlo k zmenám. Začiatok tejto sezóny lyžiarov potešil, lebo **v Tatranskej Lomnici vzniklo prvé ski in - ski out parkovisko** a dopravu zabezpečovali aj ekologické autobusy. V Jasnej k parkoviskám pri nástupných staniach pribudlo vylepšené **záchytné parkovisko v lokalite Lúčky**, odkiaľ lyžiarov pohodlne dopravujú k zjazdovkám skibusy. Parkoviská v strediskách sú bezplatné.

■ TATRY OŽILI - NOČNÝ ŽIVOT A DOPLNKOVÉ SLUŽBY

To, že kvalitná lyžovačka je hlavná súčasť zimnej dovolenky je zrejmé, ale to, že to určite nestačí sme vedeli aj v TMR. Preto sme vnímali ako dôležité vytvoriť široký komplex doplnkových služieb pod našou značkou. Od gastro prevádzok, cez lyžiarsku školu, požičovne, servis, až po športové obchody a večerné podniky najbližšie k zjazdovkám. Ponuku apres ski aktivít vo večerných hodinách významne doplnil **nový music club Happy End, ktorý vznikol v Jasnej**. Zároveň aj podobné zariadenie Humno, ktoré vzniklo v Tatranskej Lomnici na pozemkoch TMR. Happy End spoločnosť otvorila pred koncom roka 2010 – cez deň funguje ako reštaurácia a vo večerných hodinách ako music club s diskotékou.. Grand Opening Party prebehla posledný januárový víkend a prilákala skoro 800 ľudí. Spolu sa bavila Slovenská smotánka aj dovolenkári a návštevníci z okolia. Najväčšia hviezda večera, Dara Rolins rozprúdila zábavu a následne sa už zábava niesla na krídlach Fligh Clubu cez tanečné rytmy Brazílskeho Rio de Janeiro, horko-krvnú španielsku Ibizu až po mesto, ktoré nikdy nespí, New York.

K rastovému trendu výnosov gastronómie na svahu prispel aj nový Happy End. **Nárast výnosov subsegmentu Gastro bol až 61%**, pričom tento subsegment vykazuje postupne sa zlepšujúcu výkonnosť.

Najvyšší nárast efektívnosti mal subsegment Športové služby, až 66 % v porovnaní s I. kvartálom 2009/2010. Bola zavedená nová značka, ktorá reprezentuje športové služby TMR. Pod značkou Tatry Motion funguje najlepšia lyžiarska škola v stredisku s najvyšším množstvom profesionálnych inštruktorov na svahoch, požičovne, ski servis a športové obchody. V prvom kvartáli bol otvorený aj luxusný obchod v Jasnej, Fashion Café, kde si klienti počas nákupov môžu spríjemniť čas aj výbornou kávou.

■ SPOLOČNÉ SKIPASY ZVÝŠILI NÁVŠTEVNOSŤ

Tak ako sa vylepšujú lyže, športové oblečenie, úprava zjazdoviek, lanovky, tak rastú nároky lyžiarov na kvalitný a pestrý produkt. Aj preto vznikli ponuky skipasov, ktoré dokázali zaujať.

Prvým je **Slovakia Super Skipas** – sezónny skipas. Ponúka najviac kilometrov zjazdoviek aj atraktívne freeride zóny po oboch stranách Chopku v najväčšom lyžiarskom stredisku v Jasnej Nízke Tatry, extra zábavu na lyžiach na Donovaloch, dokonalú rodinnú pohodu vo Veľkej Rači, alebo pre tých, ktorí dávajú prednosť našim veľhorám, ponúka možnosť zasnívať sa na Štrbskom Plese, či vyskúšať zlyžovať najdlhšiu 6 km zjazdovku v Tatranskej Lomnici. Tento skipas využívali hlavne lyžiari, ktorí trávia na svahoch aspoň 10 dní v sezóne. Atraktívny skipas za výhodnú cenu sa najlepšie predával práve v prvom kvartáli vďaka predpredajovým cenám. Vznikol vďaka dobrej spolupráci TMR s konkurenčnými lyžiarskymi strediskami.

Vysoké Tatry zaznamenali v rámci TMR **zásluhou spoločného skipasu veľmi významné nárasty**. Ich potenciál sa podarilo využiť vďaka dohode TMR a majiteľa strediska na Štrbskom Plese. Lyžiari môžu od tejto sezóny využívať zjazdovky v strediskách v Tatranskej Lomnici, Starom Smokovci, Liptovskej Tepličke aj na Štrbskom Plese, čím sa nám podarilo vytvoriť produkt pestrejší a návštevníkmi Tatier oceňovaný.

Nárast počtu návštevníkov v Jasnej bol 31% a pri Vysokých Tatrách až 67%, čo pripisuje hlavne veľkým zmenám v Tatranskej Lomnici z hľadiska prepravy a garancie snehu, ako aj vďaka možnosti lyžovať na viacerých zjazdovkách vo Vysokých Tatrách na jeden skipas, čím mali lyžiari väčšiu pestrosť výberu.





POBYTOVÉ BALÍKY

Obrovský význam v prvom kvartáli mala aj tvorba pobytových balíkov. Získali sme **skoro 350 partnerov, ubytovateľov**, v spolupráci s ktorými sme **predávali 3-dňové a 6-dňové skipasy so zľavami** do pobytov. Takýto úspech je pre TMR prelomovým. Ukázal nám, že podnikatelia v cestovnom ruchu vedia nájsť spoločný produkt, ktorý má úspech u návštevníkov. V stredisku Jasná Nízke Tatry sa lepšie, ako v minulom roku predávali 6-dňové skipasy a vo Vysokých Tatrách to boli hlavne 3-dňové skipasy do pobytových balíkov, čo dokumentuje trend predlžovania pobytov v Tatrách. **Nárast návštevnosti stredísk vo veľkej miere súvisí aj s aktívnou tvorbou pobytových balíkov**, ktoré sa poskytovali už od Vianočných sviatkov, teda aj v čase TOP sezóny.

Hotely TMR rovnako ponúkali pobytové balíky a dokázali naplňovať kapacity. Pred zimnou sezónou bol v hoteli Grand v Jasnej rozšírený wellness a v hoteli Tri Studničky bola vybudovaná kongresová miestnosť, ako aj nové atraktívne SPA centrum. V hoteloch TMR sa dá veľmi pozitívne hodnotiť hlavne obdobie Silvestrovské a tiež obdobie tzv. zlatého týždňa. **Sumárne sa výnosy hotelov TMR zvýšili o 35% oproti I. kvartálu 2009/2010. Celkové tržby segmentu Hotely dosiahli takmer 2,7 mil. EUR. Hotely v Jasnej rástli o 26,4% a hotely vo Vysokých Tatrách až o 43%.** Došlo aj k nárastu obsadenosti hotelov. Napríklad obsadenosť Grand hotela Praha narástla zo 40% na 57%, v hoteli Tri Studničky to bolo z 39,5 na 56,4%. Najefektívnejší hotel bol Grand Jasná a tento hotel zároveň zaznamenal nárast priemernej ceny za izbu zo 45 EUR na 68,2 EUR. Za tento úspech môže aj ponuka atraktívnych pobytových balíkov, investície do infraštruktúry stredísk, ako aj oživenie nočného života v Tatrách.

NÁRAST NÁVŠTEVNOSTI A OBSADENOSTI SÚVISÍ AJ S NÁVRATOM POLIAKOV A RUSKY HOVORIACICH KLIENTOV DO TATIER

Už v predchádzajúcej zimnej sezóne sme zaznamenávali návrat Poliakov a klientov z rusky hovoriacich krajín. Bola to hlavne aktívna práca s touroperátormi, infocesty a cielené PR, ktoré 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. Tento kvartál sa podarilo potenciál rusky hovoriacej klientely využiť výborne, tzv. **zlatý týždeň mali naše ubytovacie zariadenia obsadenosť skoro 100%**. Zároveň klienti vo významnej miere využívali aj doplnkové služby od požičovní, cez gastro, lyžiarsku školu, až po nakupovanie v obchodoch, či večerný život. Ešte zaujímavejší sú pre strediská a hotely v Tatrách poľskí dovolenkári, nakoľko to do Tatier majú blízko, jazyková bariéra je takmer nulová, sú veľkým trhom a často navštevujú strediská aj viac krát v sezóne. Kvalitná ponuka, dostupnosť stredísk a dobrá cena, sú konkurenčné voči alpským aj domácim poľským rezortom, zároveň kurz poľského zlotého voči EUR je v poslednom období pod psychologickou hranicou 4 PLN/EUR. V neposlednom rade sme zaznamenali aj zvýšený záujem lyžiarov z Česka, ktorí objavujú tzv. Nové, lepšie Tatry.

MASÍVNA REKLAMNÁ KAMPAŇ

Nikdy v minulosti strediská a hotely nevyužívali do takej silnej miery marketingové nástroje. V novom finančnom roku sa podarilo vytvoriť pre komunikáciu na Slovensku veľký mediálny rozpočet za nevyužitú kapacitu stredísk a hotelov, čím sa prevádzky TMR zviditeľnili formou nadlinkovej aj podlinkovej komunikácie. **Masívna kampaň v televíziách, ktorej ústredným motívom boli animované postavičky** významne ovplyvnila dopyt a splnila očakávania TMR. Marketing v Poľsku spoločnosť dala do rúk skúsenej domácej agentúry, ktorá dokázala vytvoriť veľmi dobre ciele marketingový mix nasmerovaný na našu poľskú web stránku www.nartyslowacja.pl. Najintenzívnejšia komunikácia prebiehala v prvom kvartáli.

ÚSPECH TMR, MÔŽE BYŤ AJ VAŠIM ÚSPECHOM

V TMR vytvárame dobrý základ pre úspech budúcich období čo potvrdzuje, že ďalšie **investície sú správnym smerom pre zvyšovanie efektivity a tržieb jednotlivých prevádzok**. Vnímame ako veľmi dôležité doinvestovanie stredísk a potvrdzovanie našej líderskej pozície cez prínos nielen technologických noviniek, ale aj aktívnej práce v regiónoch na spoločnom postupe smerom k stabilizácii trhu a nárastu návštevnosti Tatier. Prispieť k tomu môže každý, kto má záujem podieľať sa kúpou akcií TMR na raste Tatier. Akcionári, ktorí nakúpili akcie TMR do 31. 10. 2010 mohli čerpať svoje benefity





už v zimnej sezóne 2010/2011. Spoločnosť TMR zároveň prejavila záujem o komplex okolo najväčšieho aquaparku na Slovensku, Tatralandia Holiday Resort. Predpokladá sa, že začlenenie Tatralandie do TMR a tým posilnenie letnej časti tržieb, prinesie významné synergie pri znížení nákladov a lepšie využitie ľudských zdrojov spoločnosti a teda aj rast hodnoty akcií TMR. Rovnako aj spolupráca pri prevádzkovaní strediska Štrbské Pleso, ktorá sa rozbehla počas zimnej sezóny je významným krokom k posilneniu pozície TMR.

AKVIZÍCIE A STRATEGICKÉ PARTNERSTVÁ V ROKU 2011: DIVERZIFIKÁCIA TRŽIEB A POSILNENIE POZÍCIE NA TRHU

Akvíziou Aquaparku Tatralandia a strategickou spolupracou s lyžiarskym strediskom Štrbské Pleso, spoločnosť Tatry mountain resorts, a.s. diverzifikuje svoje tržby a posilňuje svoju pozíciu lídra cestovného ruchu v Tatranskom regióne. TMR týmito krokmi uzatvára prvé obdobie horizontálnej integrácie na trhu voľno časových aktivít v Nízkych a Vysokých Tatrách.

Akvízia Tatralandie povedie k významnému nárastu letných tržieb TMR, a teda zníženiu závislosti na zimnej sezóne, čo prispeje k nižšej rizikovosti TMR. Bez započítania dodatočných tržieb a synergií - t. j. spodná hranica očakávaného rastu - by samotná akvizícia Tatralandie mala viesť k posilneniu konsolidovaných tržieb segmentu Hory spoločnosti TMR o 26% už v roku 2010/2011. Proporčný nárast manažment TMR očakáva i v ukazovateľoch profitability a cash flow vďaka úsporám vo fixných nákladoch a úsporám z rozsahu.^{1*)}

Spolupracou s lyžiarskym strediskom Štrbské Pleso TMR posilní svoju, už teraz významnú, trhovou pozíciu vo Vysokých Tatrách, a teda i možnosť nezávislého určovania cien. Súčasná spolupráca s lyžiarskym strediskom Štrbské Pleso spočíva v spravovaní a zabezpečovaní delby tržieb z predaných lístkov, čo sa v prvom kvartáli 2010/2011 prejavilo na náraste tržieb v segmente Hory o 450 tisíc EUR. PARK SNOW bude profitovať z expertízy TMR v prevádzkovaní lyžiarskej infraštruktúry a očakáva sa obojstranný prínos spočívajúci vo významnom náraste tržieb z predaných lístkov a prevádzkovej úspory vďaka synergiám najmä v oblasti ponuky spoločných lístkov a marketingovej spolupráci.

Strategická investícia do akcií spoločnosti Best Hotel Properties, a.s. (ďalej iba BHP): V uplynulom kvartáli spoločnosť TMR úspešne pokračovala v realizácii strategického zámeru spočívajúceho v nadobudnutí maximálne 5% podielu na základnom imaní a hlasovacích právach spoločnosti Best Hotel Properties, a.s., kótovanej na Burze cenných papierov v Bratislave. Prínos tejto investície pre akcionárov spoločnosti TMR manažment TMR očakáva najmä prostredníctvom efektívnej alokácie voľných zdrojov spoločnosti TMR, ako aj pridanej hodnoty, vyplývajúcej z koordinácie a synergií prevádzkovej činnosti oboch spoločností v Tatranskom regióne.^{2**)}

Tatralandia Holiday Resort predstavuje aquapark (najväčší termálny celoročný aquapark v strednej Európe), wellness zariadenia, rovnako aj ubytovacie kapacity, kongresové centrum. Svojím zameraním na služby, ktoré budú návštevníci využívať v dobe po lyžovaní alebo v prípade nepriaznivého počasia, je Tatralandia strategickým doplnkom portfólia TMR a prispeje k ďalšej diverzifikácii tržieb a nárastu letných tržieb. Pre rok 2010/2011 spoločnosť očakáva výšku EBITDA viac ako 2 mil. EUR.

PARK SNOW Štrbské Pleso patrí k najobľúbenejším lyžiarskym strediskám v Tatrách, disponuje zjazdovkami o rozlohe viac ako 12 km a prevádzkami doplnkových služieb.

Spoločnosť Best Hotel Properties a.s. (BHP) je jednou z najväčších hotelierskych spoločností svojho druhu v strednej a východnej Európe so základným imaním 350,25 miliónov EUR. Do portfólia hotelov BHP okrem luxusného päťhviezdičkového hotela Baltschug Kempinski v Moskve patrí aj bratislavský hotel Crowne Plaza, Kempinski Hotel River Park, Grand Hotel Kempinski High Tatras na Štrbskom Plese, moskovský Hotel Kadashevskaya a reštaurácia Buddha - Bar v Prahe. Akcie Best Hotel Properties a.s. sú kótované na paralelnom trhu Burzy cenných papierov v Bratislave.



¹⁾ viac informácií o nadobudnutí Aquaparku Tatralandia je k dispozícii v Oznámení pre Burzu cenných papierov v Bratislave publikovanom 15.03.2011 na webových stránkach TMR (<http://www.tmr.sk/sk/investorske-vztahy/zakonne-zverejnenia/oznamenia/>)

²⁾ viac informácií o stratégii a očakávaných synergiách je k dispozícii v dokumente Stratégia spoločnosti TMR, a.s. na nadobudnutie akcií spoločnosti BHP, a.s., publikovanom na webových stránkach TMR (<http://www.tmr.sk/sk/investorske-vztahy/zakonne-zverejnenia/oznamenia/>)



KONSOLIDOVANÝ VÝKAZ O SÚHRNNOM VÝSLEDKU HOSPODÁRENIA

v tis. eur	1Q		
	1.11.2010- 31.1.2011 (3 mesiace)	1.11.2009 – 31.10.2010 (12 mesiacov)	1.1.2009 –31.10.2009 (10 mesiacov)
Tržby	9 584	22 936	9 815
Ostatné prevádzkové výnosy	828	1 402	579
Výnosy celkom	10 412	24 338	10 394
Spotreba materiálu a tovarov	-1 501	-3 560	-1 612
Nakupované služby	-4 239	-8 459	-4 127
Osobné náklady	-2 077	-5 404	-2 480
Ostatné prevádzkové náklady	-180	-271	-310
Zisk z predaja majetku	20	66	642
Tvorba a rozpúšťanie opravných položiek		-77	11
Zisk pred úrokmi, daňou, odpismi a amortizáciou (EBITDA)*	2 435	6 633	2 518
Odpisy a amortizácia	-1 818	-6 831	-3 834
Zníženie hodnoty majetku	0	-505	-4 025
Zníženie hodnoty goodwillu	0	-	-651
Zisk/(strata) pred úrokmi, daňou (EBIT)	617	-703	-5 992
Úrokové výnosy	2 394	8 296	178
Úrokové náklady	-129	-543	-461
Náklady/výnosy z finančných inštrumentov, netto	110	-1 642	-
Strata z pridruženej spoločnosti	-24	-46	-
Záporný goodwill	0	122	-
Zisk/(strata) pred zdanením	2 968	5 484	-6 275
Daň z príjmu	16	275	682
Zisk/(strata)	2 984	5 759	-5 593
-vlastníci Skupiny	2 984	5 759	-5 593
-nekontrolný podiel		-	-
Zisk/(strata)	2 984	5 759	-5 593
Ostatné súčasti súhrnného výsledku			
Precenenie finančných nástrojov na reálnu hodnotu	8	-14	-
Súhrnný výsledok hospodárenia	2 992	5 745	-5 593
-vlastníci Skupiny	2 992	5 745	-5 593
-nekontrolný podiel		-	-
Súhrnný výsledok pripadajúci na akciu (v eur)	0,45	0,86	-1,70



KONSOLIDOVANÝ VÝKAZ FINANČNEJ POZÍCIE

v tis. eur	1Q		
	1.11.2010-31.1.2011 (3 mesiace)	31.10.2010 (12 mesiacov)	31.10.2009 (10 mesiacov)
Majetok			
Goodwill a nehmotný majetok	3 857	3 897	560
Budovy, vybavenie a zariadenie	127 434	115 174	87 633
Investície v nehnuteľnostiach	3 714	3 714	3 714
Pohľadávky z obchodného styku	1 246	1 220	36
Úvery poskytnuté	5 474	5 116	-
Ostatné pohľadávky	206	206	-
Investícia do pridruženej spoločnosti	6 858	6 882	-
Odložená daňová pohľadávka	369	369	-
Dlhodobý majetok celkom	149 158	136 578	91 943
Zásoby	960	676	622
Pohľadávky z obchodného styku	3 857	6 273	3 739
Úvery poskytnuté	0	48 272	4 726
Ostatné pohľadávky	139 961	104 498	191 138
Cenné papiere určené na predaj	118	85	-
Finančný majetok oceňovaný reálnou hodnotou cez výkaz ziskov a strát	6 737	-	-
Peňažné prostriedky a peňažné ekvivalenty	3 344	2 769	1 862
Ostatný majetok	2 229	1 396	631
Krátkodobý majetok celkom	157 206	163 969	202 718
Majetok celkom	306 364	300 547	294 661
Vlastné imanie			
Základné imanie	221 338	221 338	221 534
Emisné ážio	30 430	30 430	30 483
Nerozdelený zisk a ostatné fondy	20 232	17 241	11 496
Vlastné imanie pripadajúce osobám s podielom na vlastnom imaní materskej spoločnosti	272 000	269 009	263 513
Nekontrolný podiel	0	-	-
Vlastné imanie celkom	272 000	269 009	263 513
Závazky			
Úvery a pôžičky	11 543	11 924	10 286
Závazky z obchodného styku	74	73	42
Rezervy	20	20	13
Ostatné dlhodobé záväzky	672	879	1 899
Odložený daňový záväzok	9 014	9 029	5 497
Dlhodobé záväzky celkom	21 323	21 925	17 737
Úvery a pôžičky	2 256	2 255	6 116
Závazky z obchodného styku	6 823	2 798	1 829
Rezervy	257	310	274
Závazky zo splatnej dane	0	52	-
Ostatné krátkodobé záväzky	3 705	4 198	5 192
Krátkodobé záväzky celkom	13 041	9 613	13 411
Závazky celkom	34 364	31 538	31 148
Vlastné imanie a záväzky celkom	306 364	300 547	294 661

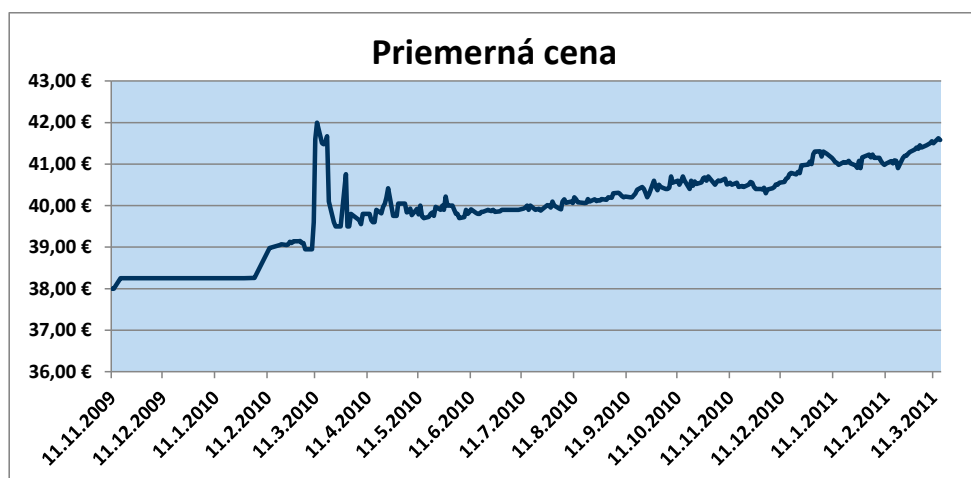


SEGMENTOVANÝ VÝKAZ O SÚHRNNOM VÝSLEDKU HOSPODÁRENIA

v tis. eur	Lanovky	Hotely*	Reštauračné zariadenia	Športové služby a obchody	Realitné projekty	Ostatné	CELKOM	Grandhotel Starý Smokovec	CELKOM vrátane Grandhotela Starý Smokovec
Tržby	5 981	2 281	684	591	48	-	9 584	404	9 988
Ostatné prevádzkové výnosy	788	29	7	5	-	-	828	1	829
VÝNOSY	6 768	2 310	691	595	48	-	10 412	405	10 817
Spotreba materiálu a tovarov	-564	-564	-221	-151	-	-	-1 501	-109	-1 610
Nakupované služby	-3 502	-607	-72	-49	-10	-	-4 239	-112	-4 351
Osobné náklady	-966	-707	-237	-167	-	-	-2 077	-135	-2 212
Ostatné prevádzkové náklady	-135	-33	-3	-7	-2	-	-180	-4	-184
Zisk/(strata) z predaja majetku	12	8	-	-	-	-	20	-	20
Tvorba a rozpúšťanie opravných položiek	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EBITDA	1 612	407	159	221	36	-	2 435	44	2 479
Odpisy a amortizácia	-1 321	-295	-82	-86	-34	-	-1 818	-95	-1 913
Zníženie hodnoty majetku	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zníženie hodnoty goodwillu	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EBIT	291	112	77	135	2	-	617	-51	566
Úrokové výnosy	-	-	-	-	-	2 394	2 394	0	2 394
Úrokové náklady	-88	-24	-9	-8	-	-	-129	-6	-135
Výnos z finančných inštrumentov	-	-	-	-	-	110	110	-	110
Strata z pridruženej spoločnosti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Negatívny goodwill	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zisk/(strata) segmentu pred zdanením	203	88	67	128	2	2 504	2 992	-57	2 935
Daň z príjmu	-	-	-	-	-	-	16	8	24
Konsolidovaná zisk/(strata)							3 008	-48	2 960

*z Hotelov strata z pridruženej spoločnosti predstavoval výsledok Grandhotela Starý Smokovec. 50% podiel na strate z pridruženej spoločnosti bol eliminovaný a 100% výsledok sa nachádza v stĺpci Grandhotel Starý Smokovec.

VÝVOJ CENY AKCIÍ



Zdroj: Burza cenných papierov v Bratislave