

Projekt wakacje

Czwartek | 12 kwietnia 2012

Dodatek specjalny



MATERIAŁY PRASOWE

Urlop szyty na miarę

Decyzja o wakacjach to poważna sprawa. Na letni wypoczynek czekamy cały rok, niektórzy odliczają dni do momentu, kiedy na schodkach samolotu przywitają się ze stewardesą i rozpoczną lot tam, gdzie dobra pogoda jest gwarantowana. Warto pomyśleć o tym już dziś

Wspomnienie zeszłego roku deszczowego lata z pewnością zachęci jeszcze większą liczbę turystów do zagranicznego wypoczynku. Ofert nie brakuje, pytanie tylko, co wybrać, aby wakacje zwróciły nam się jak dobra inwestycja – w postaci prawdziwego relaksu i samych dobrych wspomnień.

Z dziećmi czy bez

To, jakiego rodzaju wypoczynek będzie dla nas najlepszy, zależy od kilku czynników, w pierwszej zaś kolejności od naszych towarzyszy podróży.

Jeśli na wakacje wybieramy się z małymi dziećmi w wieku do 6 lat, najlepszy będzie pobyt stacjonarny – tygodniowy lub dwutygodniowy – w dobrym hotelu gwarantującym atrakcje i animacje dla maluchów. Pamiętajmy, że w krajach arabskich komfort zapewnią nam hotele co najmniej cztero- i pięciogwiazdkowe, w Europie możemy liczyć na dobre warunki w większości obiektów trzygwiazdkowych.

W przypadku najmłodszych turystów odpada dojazd autokarem – taka podróż będzie dla malucha za trudna. Z tego względu rezerwacje na podróże autokarem nie są przyjmowane dla dzieci do lat 6, wskazane są za to krótkie loty, które nie będą trwały dłużej niż 3–4 godziny. W tym zasięgu znajdują się kraje europejskie, na przykład: Hiszpania, Grecja, Portugalia, Turcja. Jest więc z czego wybierać.

Obecność dzieci warto też wziąć pod uwagę, wybierając

wariant wyżywienia. Miewają one dużo zachcianek, warto więc wykupić wariant all inclusive, który uchroni nas przed liczeniem każdego euro wydanego na lody na patyku czy zimny napój.

Rodzice odchowanych latorośli czy podróżujący bez dzieci mogą planować wycieczki łączące rekreację i poznawanie świata. Wycieczki w formule 7+7 pod marką Triada (organizowane przez biuro podróży Sky Club) oferują właśnie taką kombinację, pozwalającą na typowy wypoczynek połączony ze zwiedzaniem najciekawszych miejsc świata. Zaspokoi to zarówno potrzebę relaksu, jak i spędzenia czasu pożytecznie.

Dla zakochanych

Nad wyborem najlepszego miejsca na wypoczynek zastanawiają się także młodzi i zakochani. Dla nich również stworzono propozycje szyte na miarę. Biuro Sky Club wytypowało spośród swojej oferty (dostępnej pod dwoma markami – Sky Club All Inclusive oraz Triada) najlepsze hotele dla poszukujących romantycznych wrażeń. Na stronie touroperatora znajdziemy nawet specjalną tematyczną zakładkę z ofertami.

Znalazły się wśród nich kurorty, które oprócz malowniczych widoków i spokojnych plaż wieczorami oferują również niezapomnianą rozrywkę. Jednym z nich jest kanaryjski hotel Morgan Princess położony na wzgórzu, z którego rozpościera się zapierający dech w piersiach widok na ocean, a także na pobliski uroczy port rybacki Puerto de Mogan.

Natomiast z hotelu Vigilia Park położonego na południowo-zachodnim wybrzeżu Teneryfy, w małej turystycznej miejscowości Puerto de Santiago, rozciąga się widok na słynne, wywierające niesamowite wrażenie klify Los Gigantes.

Dzisiaj możemy zaprojektować swój wypoczynek bardzo szczegółowo – nie tylko wybierając hotel, wariant wyżywienia i wycieczki fakultatywne, ale także – widok za oknem! W wybranych hotelach spod znaku Sky Club i Triady możemy zarezerwować specjalne pokoje z wyjątkowymi widokami na ocean czy malowniczą zatokę, a nawet z prywatnym basenem. Można też zrobić ukochanej niespodziankę, składając specjalne zamówienie, dzięki czemu na miejscu zastaniemy piękny bukiet kwiatów lub butelkę schłodzonego szampana.

Dokąd lecimy?

W ofercie Lato 2012 Sky Club – marka specjalizująca się w wyjazdach all inclusive – proponuje nowości hotelowe na Majorce, Rodos, Krecie, w Bułgarii, Tunezji i na Wyspach Kanaryjskich. Touroperator zachęca również do wyjazdu na Kubę, Ibizę czy wyspy greckie. Wakacje pod znakiem Sky Club to gwarancja, że na miejscu wypoczniemy w doskonałym hotelu all inclusive, z bogatym programem animacyjnym i rozszerzoną opieką rezydenta.

Oferta Sky Club na lato ma trzy rozdziały. Pierwszym z nich jest „Wypoczynek na plaży” – tu nazwa mówi sama za siebie. Wy-

bierając ten wariant będziemy mogli się zrelaksować w najlepszych, komfortowych hotelach w: Grecji, Hiszpanii, Portugalii, Turcji, Bułgarii, Egipcie, Maroku, Tunezji, na Kubie i Wyspach Kanaryjskich.

Dla tych, którzy nie lubią zbyt długo siedzieć w jednym miejscu, Sky Club proponuje „Stay & Stay”, czyli tydzień w Hiszpanii i tydzień w Portugalii, aby móc zasmakować wypoczynku na dwa różne sposoby.

Dla tych, którzy równie mocno jak all inclusive kochają poznanie świata, także nie zabraknie ciekawych ofert – formuła „Stay & Go” jest właśnie dla nich. Wybierając tę opcję, możemy przez tydzień opałać się na plaży, a następnie zwiedzić ciekawe zakątki świata przez kolejnych siedem dni – i to w wybranej, preferowanej przez klienta kolejności. Największym hitem spośród propozycji tego rodzaju są wycieczki łączące rejsy i wypoczynek – do wyboru mamy „Rejs po Morzu Egejskim + wypoczynek na Zakynthos” oraz „Rejs po Nilu” dostępny zarówno pod marką Sky Club, jak i Triada (różnica dotyczy preferowanego wariantu wyżywienia na części wypoczynkowej – all inclusive w Sky Club bądź dostępne pod marką Triada warianty pośrednie, m.in. Half Board z dwoma posiłkami dziennie).

Z kolei w letnim katalogu spod znaku Triady (której wyjazdy organizuje ten sam sprawdzony touroperator, czyli biuro Sky Club) wśród egzotycznych nowości, które warto poznać, znajdziemy Meksyk i Kubę ofe-

WYGODA PRZEDE WSZYSTKIM

Nikt nie lubi zaczynać wakacji od męczącej podróży. W tym roku biuro Sky Club zaoferowało szereg nowych wylotów z portów regionalnych, co z pewnością będzie dobrą wiadomością dla mieszkańców Krakowa (do wyboru Bodrum, Sharm El Sheikh, Hurghada, Antalya, Kreta), Poznania (Bodrum, Maroko, Saloniki, Sharm El Sheikh, Antalya, Kreta, Rodos, Tunezja, Hurghada, Burgas, Zakynthos, Gerona, Teneryfa, Fuerteventura, Korfu, Majorka), Wrocławia (Sharm El Sheikh, Antalya, Kreta, Tunezja, Hurghada, Burgas), Gdańska (Saloniki, Bodrum, Sharm El Sheikh, Antalya, Kreta, Tunezja, Hurghada, Zakynthos) oraz Bydgoszczy (Antalya) i Łodzi (Sharm el Sheikh, Antalya, Hurghada).

Dokładne daty wylotów znaleźć można na internetowych stronach biur oraz w katalogach obu marek – Sky Club i Triada. Odpowiednią informację uzyskamy także na infolinii touroperatora.

rujące wspaniałe wypoczynek i niezastąpione walory turystyczne dla osób ceniących zwiedzanie. W tym roku poszerzono także bazę hoteli ekonomicznych: 2- i 3-gwiazdkowych. Więcej obiektów z letniego katalogu włączonych zostało do oferty rodzinnej, w której znajdują się Triada Junior Cluby z animacjami i rozrywkami dla najmłodszych.

Amatorów zwiedzania ucieszy szeroka oferta flagowych programów 7+7 marki Triada uzupełnionych o nowe atrakcje. Szczególnie polecanymi w tym roku są programy: „Balkańskim szlakiem” łączący wypoczynek na greckiej wyspie Korfu oraz objazdowe zwiedzanie Albanii i Czarnogóry; „W sercu Madrytu i Andaluzji” – pobyt na Costa Almeria oraz zwiedzanie najpiękniejszych miejsc Hiszpanii, w tym Madrytu; „W dolinie Jordana” – relaks w Egipcie oraz zwiedzanie Izraela i Jordanii, a także „Anatolia” z wypoczynkiem w Alanii lub Antalyi i zwiedzaniem m.in. Stambułu oraz Kapadocji, a

także kubańskie „Salsa i cygara” z pobytem w sielskim Varadero oraz zwiedzaniem kultowych miejsc w ojczyźnie Fidelo Castro, w tym oczywiście stolicy wyspy, Hawany.

Co potrafi rezerwacja

Wakacje mogą być przyjemne nie tylko dla samych urlopowiczów. Jeśli wybierzemy biuro podróży, które w ramach odpowiedzialności społecznej (ang. CSR – corporate social responsibility) przekazuje na cele dobroczynne część dochodu z naszej rezerwacji, możemy, kupując wycieczkę, zrobić przy okazji dobry uczynek. Już od prawie dwóch lat biuro Sky Club współpracuje z Fundacją Anny Dymnej „Mimo wszystko”. W samym 2011 roku dzięki wszystkim rezerwacjom poczynionym przez klientów Sky Club na konto Fundacji przekazano aż 48 tysięcy złotych, które przeznaczone zostały do zakupu sprzętu rehabilitacyjnego dla 13 podopiecznych fundacji.



MATERIAŁY PRASOWE

Do źródła marsz

Garnarczyk, członek zarządu Instytutu Zdrowia Człowieka sp. z o.o. – Inwestycje w infrastrukturę i nowy pomysł na ich ofertę to sposób na przezwyciężenie stereotypów, które kształtowały myślenie o uzdrowiskach. Muszyna, Uniejów czy Wysowa to obiekty na poziomie europejskim, które pozwolą każdej zapracowanej, zabieganej osobie na prawdziwy relaks, podreperowanie zdrowia, a także – co najważniejsze – odpoczynek psychiczny dzięki licznym zabiegom zdrowotnym i spa oraz możliwościom wypoczynkowym stworzonym przez samą naturę.

– Wypoczynek w Polsce to dla nas nowa kategoria, tym bardziej się cieszymy, mogąc już dziś umożliwić klientom rezerwację pobytów w uzdrowiskach na naszych stronach internetowych. Chcemy tym samym promować polski produkt turystyczny o wyjątkowym potencjale i walorach – dodaje Agnieszka Dral, wiceprezes zarządu Sky Club sp. z o.o.

– Zdrowiska w naszej ofercie są odpowiedzią na zróżnicowane potrzeby i oczekiwania naszych klientów, a także ich chęć otrzymywania usług w wygodnych pakietach.

Uzdrowisko Muszyna nad Poradem to ośrodek z idealną infrastrukturą turystyczną zlokalizowany w miejscowości Muszyna na południu Polski, przy granicy ze Słowacją. Tamtejsze obfite źródła wody mineralnej o właściwościach leczniczych uczyniły ją niezwykle modnym uzdrowiskiem. Zaletą uzdrowiska Wysowa nad Parkiem jest przede wszystkim piękna lokalizacja w Beskidzie Niskim na południu Polski, w przepięknej dolinie rzeki Ropy, otoczonej z trzech stron zalesionymi wzgórzami Gór Hańczowskich. Uniejów natomiast jest miastem nad Wartą znanym z wykorzystywania źródeł geotermalnych.

Rezerwując pobyt w jednym z trzech uzdrowisk za pośred-

nictwem Sky Club, klienci otrzymują dodatkowy rabat od ceny katalogowej w wysokości 5 proc. Wystarczy wypełnić formularz dostępny na stronach internetowych marek Sky Club i Triada (www.sky-club.eu, www.triada.pl) lub zadzwonić na call center. Oprócz tego każdy klient Sky Club wypoczywający w uzdrowisku może skorzystać z darmowego zabiegu – kąpieli aromatycznej lub masażu mechanicznego w uzdrowiskach Wysowa i Muszyna oraz pakietu spa lub metody jet (suchego hydromasażu) w przypadku uzdrowiska w Uniejowie.

Ale to nie wszystko, co touroperator Sky Club przygotował dla swoich klientów na nadchodzące miesiące – kolejnymi nowościami w ofercie biura będą m.in. oferty dla pasjonatów żeglarstwa, wycieczki z możliwością dojazdu własnego, a także hotele all inclusive w Polsce i wiele innych, zróżnicowanych propozycji wypoczynkowych.

Jak poradzić sobie z narastającym w pracy stresem i zmęczeniem? Młodzi i zapracowani menedżerowie z wielkich korporacji szukają najlepszego sposobu na urlop, który przyniesie im odrobinę spokoju i regenerację zdrowotną. Doskonałą inwestycją w siebie może być wypoczynek w uzdrowisku.

Nowoczesne, doskonale wyposażone obiekty na poziomie europejskim przeczą stereotypowemu wizerunkowi domów zdrojowych, które znamy z opowieści o sanatoriach. Profesjonalne zabiegi spa i masaże pomagają zregenerować siły na długi czas, a otoczenie natury pozwoli ukoić zmysły i znaleźć chwilę na refleksję.

Z początkiem marca 2012 roku trzy uzdrowiska – Wysowa nad Parkiem, Muszyna nad Poradem i Uniejów Park – dołączyły do oferty Biura Podróży Sky Club. Pobyt można zarezerwować online lub dzwoniąc na call center.

– Polskie uzdrowiska dynamicznie się zmieniają i dynamicznie rozwijają – mówi Marek

Triada i Sky Club w nowym wydaniu

ROZMOWA | Agnieszka Dral, wiceprezes Zarządu Sky Club sp. z o.o.



MATERIAŁY PRASOWE

łej grupy, i stąd idea połączenia funkcji touroperatorów w jednym podmiocie zamiast trzech.

Co się więc zmieniło?

Od 16 września 2011 roku rolę jedyne organizatora wyjazdów, czyli touroperatora, przejął Sky Club sp. z o.o. Spółka uzyskała i przedstawiła marszałkowi województwa mazowieckiego nową gwarancję ubezpieczeniową spełniającą wymogi znowelizowanej ustawy. Gwarancja wynosiła wówczas 17,5 mln zł, choć już wtedy zakładaliśmy zwiększenie sumy gwarancyjnej do 25 mln zł w krótkiej perspektywie czasowej. Od tego momentu to Sky Club stał się operatorem marek Sky Club i Triada. Trzecią z biur, Terra Mare, nie kontynuowało tworzenia oferty na kolejne sezony. Tak więc począwszy od 16 września, wszyscy klienci Triady i Sky Clubu znaleźli się pod jednym „skrzydłami” touroperatora Sky Club. Oczywiście zgodnie z prawem zostali oni poproszeni o wyrażenie zgody na taką zmianę, jednak dzięki dobrej pracy naszych służb udało się tę operację przeprowadzić bezproblemowo.

Co udało się dzięki temu osiągnąć?

Ta zmiana miała na celu przede wszystkim optymalizację działań dzięki efektowi skali osiągniętemu przy wspólnym zarządzaniu, kontraktowaniu i wszelkich czynnościach, które mogły być wykonywane w jednym

miejsu, zamiast jak dotąd w trzech osobno. Niższe koszty, większe możliwości operacyjne – to były tylko niektóre z korzyści, które udało nam się wówczas osiągnąć. Przede wszystkim zaś wprowadzenie tych zmian było niezbędną częścią procesu przygotowania Sky Club do wejścia inwestora strategicznego, o czym opowiem za chwilę.

Jakie były dalsze etapy zmian?

Pod koniec 2011 roku wykryta sytuacja w grupie: Sky Club pozostał w niej jako jedyny touroperator, organizujący wycieczki pod markami Sky Club oraz Triada. Spółka Triada SA, w późniejszym etapie działająca już pod nazwą BBPT SA, objęta została niezbędną restrukturyzacją, której przeprowadzenie powierzono nowemu zarządowi. Natomiast Sky Club sp. z o.o. wszedł na początku nowego, 2012 roku w finałową fazę rozmów z inwestorami strategicznymi, czego efektem było objęcie w styczniu 2012 r. większościowego pakietu ok. 80 proc. udziałów w Sky Club sp. z o.o. przez inwestorów powiązanych z Domem Maklerskim IDM SA. Nowo utworzone i objęte przez inwestorów udziały pozwoliły Sky Club sp. z o.o. z 2,5 mln zł do aż 11,8 mln zł, to jest do najwyższej kwoty spośród touroperatorów na polskim rynku.

Jaki to miało wpływ na poprzednie powiązania właścicielskie

między spółkami dawnej grupy, Triada SA i Sky Club sp. z o.o.?

Dzięki utworzeniu nowych udziałów, objętych przez inwestorów, Sky Club całkowicie uniezależnił się kapitałowo i własnościowo od BBPT SA (dawnej Triada SA). W ten sposób sytuacja BBPT SA przestała mieć jakikolwiek wpływ na sytuację Sky Club sp. z o.o.

Z początkiem roku zapowiedzieli państwo debiut giełdowy Sky Club.

Tak, wejście inwestorów strategicznych do Sky Club było pierwszym krokiem w procesie dalszego rozwoju spółki, która docelowo połączy się z notowaną na NewConnect spółką Air Market. Ostatnim etapem tego procesu będzie wejście Sky Club na parkiet podstawowy GPW, co nastąpi jeszcze w 2012 roku.

Na jakiej zasadzie Sky Club korzysta obecnie z marki Triada?

Sky Club sp. z o.o. korzysta z marki Triada na podstawie umowy licencyjnej zawartej z BBPT SA. Dzięki temu możemy jako Sky Club sp. z o.o. tworzyć ofertę pod tą właśnie marką, wydawać katalogi ze znakiem „Triada” i sprzedawać wycieczki Triady. Zdecydowaliśmy się na umowę licencyjną, ponieważ marka Triada, ze względu na ponad 20-letnią historię, zyskała sobie grono stałych, zadowolonych klientów, a jej flagowe produkty, takie jak wycieczki 7+7, na stałe wpisały się w krajobraz polskiej branży turystycznej, wielokrotnie wyznaczając trendy

naśladowane potem przez naszą konkurencję.

Jak można podsumować dotychczasową działalność Sky Club na polskim rynku turystycznym?

Sky Club sp. z o.o. może się pochwalić bardzo dobrymi wynikami finansowymi i sprzedażowymi za ubiegłe lata, w tym za rok 2011. W porównaniu z rokiem 2010 przychody ze sprzedaży netto wzrosły aż o 45,5 proc. (z 123,5 mln zł do 179,6 mln zł), a zysk brutto za pierwsze dziewięć miesięcy, na koniec września rok do roku, wzrósł aż o 84,5 proc. (z 4,6 mln zł do 8,5 mln zł). Te wyniki były znakomitym argumentem dla inwestorów i stanowią też ważną informację dla naszych klientów, którym zależy na tym, aby podróżować ze stabilnym, solidnym tourooperatorem, który nie tylko dba o najwyższą jakość usług, ale także ma doskonałą bazę działania partą odpowiednią wiedzą i możliwościami finansowo-operacyjnymi.

Jakie są dalsze plany rozwoju spółki?

W połowie marca spółka Sky Club została dokapitalizowana przez nowego inwestora – firmę AK Inwestor. W związku z transakcją Zarząd Sky Club podjął decyzję o kolejnym podwyższeniu kapitału zakładowego. Obecnie wynosi on aż 13 mln zł. Począwszy od 5 kwietnia, możemy także przedstawić naszym klientom podwyższoną gwarancję ubezpieczeniową na kwotę 25 mln złotych, ważną do 16 września 2012 roku, zgodną

z wymaganiami znowelizowanej ustawy i zaleceniami Urzędu Marszałkowskiego kontrolującego działalność touroperatorów. Można powiedzieć, że idziemy jak burza i nie zamierzamy się zatrzymać – włącznie z zapowiedzianym już wcześniej tegorocznym debiutem giełdowym. Ponadto szykujemy dla naszych klientów szereg nowych produktów i udogodnień. Już teraz w ofercie znaleźć mogą oni wyjątkowe propozycje w postaci pobytów w najlepszych polskich uzdrowiskach charakteryzujących się najwyższym poziomem usług i szeroko rozbudowaną ofertą zabiegów spa oraz regeneracji fizycznej i psychologicznej. W kolejnych miesiącach klienci mogą się też spodziewać dalszego rozwoju naszej oferty, którą zamierzamy poszerzyć o pobyty wypoczynkowe w Polsce w opcji all inclusive, a także rekreację związaną z żeglarstwem czy wypoczynek z dojazdem własnym.

Jakie oferty poleciliby pani klientom Sky Club na lato 2012?

W sprzedaży znajdują się w tej chwili aż trzy letnie katalogi. Mamy mnóstwo ciekawych ofert all inclusive, a także wyjazdów łączących wypoczynek ze zwiedzaniem (7+7) oraz wyjątkowo oryginalne i dopracowane programy wycieczek ze zwiedzaniem, z dojazdem autokarowym lub transportem lotniczym. Wystarczy wejść na nasze strony – www.sky-club.eu oraz www.triada.pl i wybrać wymarzony urlop dla siebie.

W ostatnich miesiącach znane na polskim rynku biura podróży Sky Club i Triada wprowadziły szereg zmian organizacyjnych, których celem było zwiększenie efektywności działań i konkurencyjności oferty. Dzięki tym zmianom, dziś rezerwując urlop z katalogu „Triada” lub „Sky Club”, możemy być pewni, że lato spędzimy ze sprawdzonym biurem, które zorganizuje nam wypoczynek dopięty na ostatni guzik.

Od czego zaczęły się zmiany w dawnej grupie Triada i jaki był ich cel?

Do 16 września 2011 roku w ramach dawnej Grupy Kapitałowej Triada istniały trzy biura podróży i każde z nich oddzielnie organizowało wyjazdy dla swoich klientów, tj. kontraktowało miejsca w samolotach, hotelach itp. De facto więc w każdym z trzech biur (Triada, Sky Club i Terra Mare) siedział oddzielny zespół wykonujący te same zadania. Takie rozwiązanie nie było efektywne, nie tylko w rozumieniu wielkości zespołu, bo dobrych fachowców zawsze można właściwie zagospodarować, ale przede wszystkim w rezultacie końcowym, bo nasz potencjał nie był odzwierciedlony w tzw. efekcie skali. To była jedna z kwestii, którą należało zmienić w funkcjonowaniu ca-

Harrods, Bicester Village, Oxford Street – te nazwy na każdego zakupoholika działają jak narkotyki. Miłośnik mody od razu skojarzy je ze stolicą stylu i tętniących życiem dzielnic handlowych – Londynem. Dla wielbicieli shoppingu stworzono program „Londyn – na zakupy!” pod marką Triada. Jest to absolutna nowość na polskim rynku turystycznym



Haute Couture ze Sky Club

Mówi się, że jeśli nie można czegoś kupić w Londynie, to prawdopodobnie w ogóle ta rzecz nie istnieje. Dlatego właśnie stolica Wielkiej Brytanii przyciąga każdego roku tłumy turystów na zakupowe szaleństwo. Sky Club postanowił więc zaproponować swoim klientom wspólną podróż na Wyspy Brytyjskie. Podczas wyjątkowego programu „Londyn – na zakupy” przez sześć dni klienci będą mogli odwiedzić ulubione miejsca zakupowców z całego świata i zobaczyć najbardziej znane atrakcje Londynu. Najbliższą okazją, aby skorzystać z tej oferty, będzie długi weekend czerwcowy (7 czerwca jest dniem wolnym od pracy).

– Program nastawiony na zakupy w Londynie to nowość nie tylko w naszej ofercie, ale

i na polskim rynku – mówi Marta Zwierzchlewska, supervisor ds. imprez autokarowych i City Break w Sky Club. – Chcemy, aby nasi klienci wy-cisnęli z tego magicznego miasta jak najwięcej i przy okazji mogli zaszaleć na słynnych londyńskich wyprzedazach. Przejazd autokarem jest tu dodatkową zaletą, nasze klientki nie muszą się martwić o żadne limity bagażowe, co z pewnością docenią w drodze powrotnej, kiedy będą już zmierzać do Polski z walizkami pełnymi upolowanych rzeczy.

W programie wycieczki znajduje się między innymi zwiedzanie ekskluzywnej dzielnicy Kni-

ghtsbrigde i Brompton Road, przy której mieści się słynny dom towarowy Harrods. Ponadto przewidziano przejazd do Bicester – znanej wioski zakupowej, gdzie po znacznie obniżonych cenach można kupić towary znanych kreatorów mody. Bicester Village jest liderem wśród europejskich outletów, rocznie odwiedzają go ponad 3 miliony klientów z całego świata.

Program przewiduje też przejazd do Notting Hill – dzielnicy rozślawionej przez znaną komedię romantyczną o tym samym tytule, z Julią Roberts i Hugh Grantem. Wycieczkę uprzyjemni spacer po Portobello Market – największym targu

staroci (choć nie tylko) w Londynie. Po obu stronach Portobello Road znajdują się niewielkie galerie, na których można znaleźć m.in. stare dodatki do wyposażenia mieszkania, antyki, pamiątki oraz srebra angielskie. Co roku pod koniec sierpnia odbywa się tu The Notting Hill Carnival, podczas którego można obejrzeć zawody muzyków ulicznych oraz niezwykle kolorową paradę.

Nie zapomniano także o słynnej Oxford Street – najbardziej ruchliwej ulicy handlowej w Europie, przy której znajduje się ponad 300 sklepów.

Oprócz atrakcji handlowych program obejmuje zwiedzanie

wszystkich lokalnych „must see”, czyli Parlamentu, Big Ben, Westminster Abbey, słynnej Alei Whitehall, Trafalgar Square z Kolumną Nelsona i Tower Bridge. Zaplanowano też spacer po Soho – Piccadilly Circus, Leicester Square, dzielnicy kin, teatrów, klubów, pubów i restauracji.

Wielu londyńczyków marzy o zamieszkaniu w dzielnicy Soho, jest to bowiem część artystycznego West Endu, z którą związane są znane osobistości, np.: Karol Marks, malarz Canaletto czy Jimi Hendrix. Chętni mogą się wybrać do teatru na słynny musical „Mamma Mia”. Ostatniego dnia uczestni-

ków wycieczki czeka też rejs statkiem po Tamizie do Tower of London, budowli będącej w czasie swej długiej historii rezydencją królewską, zbrojownią, więzieniem, miejscem straceń, mennicą, a obecnie miejscem przechowywania klejnotów królewskich.

Na zakupy do Londynu ze Sky Club można wybrać się w kilku terminach od czerwca do września włącznie. Autokary wyruszą z Warszawy, przejeżdżając przez Łódź, Konin, Poznań i Torzym. Dokładne daty wyjazdu można sprawdzić w katalogu pod marką Triada oraz na stronie internetowej www.triada.pl.

Podróże intrygujące i inspirujące, czyli coś dla ciekawych świata

Nie każdemu słowa „urlop” i „wakacje” kojarzą się z palmami, leżakami i gorącym nadmorskim piaskiem. Popularne w ostatnich latach wyjazdy „city break” są również dobrym sposobem na spędzenie zarówno długiego weekendu, jak i niezapomnianych wakacji. Ciekawą i bogatą ofertę inspirujących podróży w pigułce znajdziemy w katalogu marki Triada „Zwiedzanie – Lato 2012”.

Znaleźć w nim można aż 30 krajów i łącznie 53 imprezy ze zwiedzaniem, w tym 16 nowych wycieczek autokarowych i 9 samolotowych.

Skąd bierze się pomysł na taką wycieczkę i czym kierują się jej twórcy?

– Inspiracje do tworzenia nowych programów czerpiemy bezpośrednio z naszych podróży, udziału w targach i wszelkiego rodzaju wyjazdów study tour przygotowywanych przez organizacje turystyczne promujące

dane regiony – mówi Marta Zwierzchlewska, Supervisor ds. Imprez Autokarowych i City Break. – Zasięgamy również opinii naszych sprzedawców. Dowiadujemy się od nich, czego klienci oczekują od naszych imprez i w jakie kierunki chcieliby z nami pojechać.

W tym roku oferta wycieczek autokarowych wzbogaciła się aż o 16 nowości, między innymi Nordkapp, Bursztynowy Szlak Bałtycki, Chorwację i Balkany, Francję – Bogactwa Północy, Zamki nad Renem, Paryż i Londyn, Szwajcarię oraz Węgry i Czechy. W katalogu znajdziemy aż dziewięć nowych wycieczek samolotowych. W sprzedaży dostępne są już m.in.: Paryż Bis, Dublin i Belfast oraz Petersburg.

Wprowadzenie nowych kierunków zaowocowało dużym zainteresowaniem Klientów. Spośród nowości najbardziej spodobały się programy „Toskania Liguria Cinque Terre” oraz „Szwajcaria – czekolada, ser i zegarki”. Ponadto, w czołówce sprzedaży,

jak co roku, znalazły się imprezy typu City Break – „Zakochany Paryż 5 dni” i „Londyn five o'clock”. Wszystkie imprezy zawierają zakwaterowanie w hotelach zlokalizowanych w centrach miast bądź ich okolicy oraz bogaty program zwiedzania.

– Dużą satysfakcją jest dla nas znakomita sprzedaż nowego kierunku samolotowego do Petersburga – mówi Marta Zwierzchlewska. – Wprowadziliśmy go do sprzedaży dwa lata temu jako nowość autokarową i jak dotąd wszystkie założone przez nas grupy, zarówno w 2010, jak i 2011 roku, zostały potwierdzone. Dlatego w tym roku, widząc zainteresowanie tym kierunkiem, wprowadziliśmy program typu „City Break” – Petersburg 5 dni samolotem. I zauważamy wciąż rosnącą sprzedaż tego produktu.

W przypadku imprez autokarowych nowością, która zanotowała wysoką sprzedaż, jest impreza „Toskania Liguria Cinque Terre”.

– To zasługa ciekawie skonstruowanego programu – oprócz standardowego zwiedzania miast i miasteczek proponujemy w niej spacer malowniczym, mało znanym wybrzeżem Cinque Terre, przejazd pociągiem do położonej w skalnej zatoczce Vernazzy oraz rejs statkiem wzdłuż wybrzeża – dodaje koordynator imprez Sky Club.

Mieszkańców południowej Polski na pewno ucieszy fakt rozszerzenia oferty o dziesięć dodatkowych wycieczek z wyjazdem z Krakowa, Katowic, Wrocławia, Opola i Kielc. Są to m.in. Norweskie Fiordy, Londyn i Szkocja, Białe Noce w Petersburgu, Europa 6 Stolic, Kowno – Wilno – Troki, Zamki nad Loarą, Tour de France, Paryż i Mont Saint Michel, Paryż i Bruksela oraz Rodzinne Parki Rozrywki.

W ofercie „Zwiedzanie 2012” znalazły się również 24 najlepsze wycieczki z poprzedniego katalogu – „20 autokarowych hitów 2011” oraz „4 hity samolotem 2011”, w tym np. Bawaria,



Europa 6 stolic czy Praga – Wiedeń – Budapeszt, których program pozostał praktycznie niezmieniony od 20 lat. – Chcemy, aby nasi klienci podczas

wyjazdu poczuli ten sam zastrzyk inspiracji, który towarzyszył nam podczas jego tworzenia – podsumowuje Marta Zwierzchlewska.

Dom Maklerski IDMSA

– twój przewodnik na rynku kapitałowym!

Dom Maklerski IDMSA to niezależne, niebankowe biuro maklerskie, działające na rynku od blisko 20 lat. Akcje DM IDMSA notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 2005 r. Firma zadebiutowała tam jako pierwsze biuro maklerskie w historii polskiej giełdy



Dom Maklerski IDMSA specjalizuje się głównie w operacjach kapitałowych, zarządzaniu aktywami oraz usługach brokerskich. Spółka zapewnia swoim klientom również dostęp do rynków międzynarodowych, w tym do rynku Forex. Oferujemy: usługi brokerskie (obrót giełdowy), operacje kapitałowe, Forex/rynki zagraniczne, zarządzanie portfelem, doradztwo i inne operacje kapitałowe. Działamy na rynku pierwotnym i rynku publicznym.

Operacje kapitałowe

Usługi, jakie oferuje DM IDMSA w ramach operacji kapitałowych, są dla firm alternatywą dla finansowania bankowego lub wkładu własnego właścicieli. Obejmują szeroką gamę możliwości w zakresie pozyskiwania kapitału, w szczególności poprzez rynek pierwotny, rynek niepubliczny oraz operacje kapitałowe.

Dom Maklerski IDMSA wspiera klientów w długofalowej budowie biznesu, począwszy od operacji przekształceniowych i transakcji na rynku niepublicznym, poprzez działania poprzedzające wprowadzenie na giełdę (pre-IPO) i debiut na GPW, aż po kolejne emisje papierów wartościowych. Kluczowe czynniki stanowiące o sukcesie DM IDMSA w tym obszarze to know-how i doświadczenie – pozwalające na dostarczanie klientom zindywidualizowanych rozwiązań – oraz elastyczność umożliwiająca szybką reakcję na potrzeby rynku.

Oferta DM IDMSA w zakresie operacji kapitałowych obejmuje w szczególności:

1. Publiczne formy pozyskiwania kapitału:

- oferowanie papierów wartościowych w pierwszej ofercie publicznej (IPO);
- realizowanie kolejnych emisji papierów wartościowych spółek publicznych (SPO);
- aktywne promowanie emisji i pozyskiwanie inwestorów;

- przygotowywanie pełnej dokumentacji (prospekt emisyjny, memorandum);
- reprezentowanie spółki przed instytucjami rynku kapitałowego (KNF, GPW, KDPW);
- wprowadzanie papierów wartościowych do obrotu publicznego;
- gwarantowanie emisji (subemisja usługowa lub inwestycyjna);
- pełnienie funkcji animatora.

2. Prywatne formy pozyskiwania kapitału:

- organizowanie emisji akcji i obligacji;
- oferowanie papierów wartościowych wyselekcjonowanej grupie inwestorów;
- aktywne promowanie emisji;
- przygotowywanie niezbędnej dokumentacji i jej dystrybucja wśród inwestorów;
- reprezentowanie spółki w negocjacjach z inwestorami;
- organizowanie i prowadzenie depozytu papierów wartościowych dla spółek niepublicznych.

3. Inne operacje kapitałowe:

- przeprowadzanie transakcji fuzji i przejęć;
- świadczenie usług w zakresie doradztwa strategicznego (wyceny, analizy finansowe);
- przygotowywanie i realizowanie transakcji wykupu lewarowanego (MBO/LBO);
- przygotowywanie i realizowanie wezwań oraz skupów akcji;
- przygotowywanie i realizowanie programów opcji menedżerskich.

Usługi brokerskie

Oferta DM IDMSA dla klientów indywidualnych obejmuje m. in.:

- otwieranie i prowadzenie rachunków inwestycyjnych umożliwiających kupno i sprzedaż akcji, obligacji, kontraktów terminowych oraz innych instrumentów finansowych;
- dostęp do rozbudowanych analiz i rekomendacji przygotowywanych przez wyróżnionych w licznych konkursach analityków;

- pośredniczenie w zawieraniu transakcji we wtórnym obrocie na GPW (w tym transakcjach pakietowych);
- możliwość udziału w ofertach akcji na rynku pierwotnym – publicznym i niepublicznym;
- pośredniczenie w zaciąganiu kredytów na zakup papierów wartościowych na rynku pierwotnym i wtórnym we współpracujących z nami bankach;
- składanie zaleceń DDM (Do Dyspozycji Maklera);
- szeroka oferta obligacji korporacyjnych;
- dostęp do funduszy inwestycyjnych jednego z najlepszych TFI na rynku – IDEA TFI.

Sieć Punktów Obsługi Klienta obejmuje 14 placówek zlokalizowanych na terenie całej Polski.

Zarządzanie aktywami

Oferta zarządzania portfelem papierów wartościowych proponowana jest klientom, którzy chcą inwestować w instrumenty rynku kapitałowego, powierzając fundusze specjalistom. Obejmuje ona inwestowanie w imieniu klienta powierzonych kapitałów w wybrane instrumenty rynku finansowego, m. in.: akcje, prawa poboru, bony skarbowe, obligacje i inne dłużne papiery wartościowe. Środki przekazane do zarządzania zdeponowane są na odrębnym rachunku bankowym, a zarządzający nimi mają upoważnienie do składania zleceń zakupu i sprzedaży instrumentów finansowych w imieniu inwestora.

Dział zarządzania DM IDMSA oferuje klientom różne strategie w zależności od indywidualnych skłonności do podejmowania ryzyka oraz czasu trwania inwestycji. Standardowe strategie oferowane są dla portfeli o wartości m.in. 200 tys. zł. Dla portfeli o wartości przekraczającej 1 mln zł stosuje się strategie indywidualne.

DM IDMSA oferuje swoim klientom również dostęp do funduszy inwestycyjnych jednego z najlepszych TFI na rynku – IDEA TFI.

Forex/rynki zagraniczne

Dział rynków zagranicznych (www.idmtrader.pl) specjalizuje się w dostarczaniu klientom rozwiązań umożliwiających inwestowanie na najbardziej płynnych rynkach na świecie. W tym celu w 2007 roku uruchomiono internetową platformę obrotu IDM Trader, która jest jednym z najbardziej popularnych i jednocześnie profesjonalnych systemów umożliwiających handel walutami, kontraktami terminowymi, akcjami firm zagranicznych oraz opcjami.

Najważniejsze atuty platformy IDM Trader to:

- dostęp do najpłynniejszego rynku świata – ponad 13 tys. instrumentów finansowych,
- niskie koszty transakcyjne,
- możliwość handlu na rynkach zagranicznych 24 na dobę,
- wysoka dźwignia finansowa (100:1),
- możliwość zarabiania zarówno na zwyżkach, jak i na spadkach (otwieranie krótkich pozycji),
- rozwinięte wykresy oraz wbudowane narzędzia analizy technicznej,
- bezpłatne, cykliczne szkolenia internetowe na temat rynków finansowych i obsługi platformy,
- teoretyczna i praktyczna wiedza w zakresie inwestowania na rynkach finansowych

Dom Maklerski IDMSA od kilku lat tworzy niezależną, polską grupę kapitałową działającą w obszarze usług finansowych. Oprócz domu maklerskiego w skład Grupy Kapitałowej DM IDMSA wchodzi m. in.: Polski Bank Przedsiębiorczości, IDEA Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych, fundusz private equity inwestujący w średniej wielkości firmy – Supernova IDM Fund, fundusz venture capital angażujący się w przedsięwzięcia e-biznesowe – eFund oraz lider rynkowy w zakresie usług finansowych dla sektora służby zdrowia – Electus.

Tak rozbudowana Grupa Kapitałowa sprawia, że naszym klientom możemy zaoferować szerokie spektrum usług oraz zapewnić uniwersalność finansowania.

Korzyści i wady bycia spółką publiczną

Paweł Zaremba-Smiałowski,
dyrektor Działu Operacji
Kapitałowych DMIDMSA

Czy można zjeść ciastko i mieć dalej ciastko? Niby nie, ale czasem jednak tak. Ten dylemat, niemożliwy najczęściej do rozwiązania, mogą w znacznej mierze zrealizować w praktyce właściciele spółki zmierzającej na parkiet.

Główną korzyścią przeprowadzenia całego procesu upublicznienia jest zwykle pozyskanie kapitału dla spółki w drodze publicznej oferty. W ten sposób, pośrednio lub bezpośrednio, dotychczasowi właściciele sprzedają kawałek swojej firmy – dopuszczając do niej nowych udziałowców. W efekcie do spółki wpływa sporo kapitału. Jeżeli ma miejsce nie tylko nowa emisja, ale i sprzedaż istniejących akcji, środki pieniężne pozyskują również bezpośrednio dotychczasowi akcjonariusze. Tak odbywa się owa konsumpcja ciastka – czyli pozyskanie pieniędzy za udział w firmie.

Równocześnie jednak (o ile nie chodzi o celowe pozabawienie się kontroli – jak np. w procesach prywatyzacyjnych), pomimo pozyskania środków i wejścia na giełdę, dotychczasowi akcjonariusze zachowują kontrolę nad spółką – czyli ich sytuacja właścicielska zmienia się w nieznaczny sposób. Pomaga w tym zresztą specyfika rynku publicznego i rozproszenie akcjonariatu. Sprawia ono, iż kontrolę nad spółką zachowuje nie więcej niż 50 proc. głosów. Bywały na rynku sytuacje, iż nawet posiadanie pakietu 10 proc. zapewniało dominację w spółce. Utrzymanie kontroli nad spółką oraz swojej pozycji właścicielskiej to owo zachowanie ciastka.

Marketing i wiarygodność

Pozyskanie kapitału to jednak niejedyna korzyść w upublicznieniu spółki. Nie mniej ważne są efekt marketingowy i wzrost wiarygodności. Bycie spółką publiczną to bezpłatna reklama. Spółka notowana to spółka interesująca. Media i analitycy chętnie opisują taką firmę, jej prezesi bywają prosieni o komentarze i wywiady. A nazwa spółki codziennie widnieje w niezliczonej liczbie serwisów podających notowania, wbijając się w pamięć jako firma o ustalonej renomie.

Ponieważ spółki publiczne podlegają kontroli i obowiązkowi informacyjnym, są uznawane za firmy o znacznie większej wiarygodności niż inne podmioty. W przypadku podmiotów finansujących – np. kredytodawców – status spółki publicznej oznacza niemal automatyczne podwyższenie statusu i tym samym obniżenie oprocentowania właśnie z powodu wiarygodności i transparentności.

W przypadku klientów notowanego podmiotu oznacza to

m.in. bieżącą wiedzę o kondycji finansowej – i tym samym o braku ryzyka bankructwa. Trzeba zresztą powiedzieć, iż spółki publiczne bankrutują bardzo rzadko, znacznie rzadziej niż inne podmioty na rynku. Jest to zupełnie zrozumiałe.

Notowane firmy to, po pierwsze, elita gospodarki. Po drugie, spółki z rynku publicznego mają znacznie większe możliwości pozyskania kapitału i zapobieżenia trudnościom z ewentualnym utrzymaniem płynności.

Owa większa łatwość pozyskiwania finansowania, płynność i bieżąca wycena akcji przekładają się też na łatwość przeprowadzania innych procesów kapitałowych. Jednym z przykładów z tej dziedziny są przejęcia. Niejednokrotnie bywało tak, że nawet mniejszy podmiot przejmował większy – tylko dlatego, że mógł szybko pozyskać kapitał na przejęcie. A jeszcze częściej dlatego, iż dysponował atutem w postaci swoich akcji notowanych na giełdzie, które – jako wyceniane i płynny walor – można było wydać akcjonariuszom spółki przejmowanej.

Innym przykładem możliwości z tej dziedziny są opcje menedżerskie. Jest to dogodny sposób wynagradzania i wiązania ze spółką kluczowych pracowników.

Jednak więcej plusów

Bycie spółką publiczną to jednak nie tylko korzyści, ale i pewne niedogodności. Niedogodności zresztą niewspółmierne do potencjalnych korzyści. Pierwszą sprawą są dodatkowe koszty. W początkowym etapie koszty te związane są z samym procesem upublicznienia i prze-

prowadzenia emisji publicznej – są to np. koszty sporządzenia prospektu emisyjnego, wynagrodzenie dla oferującego, promocja oferty, opłaty urzędowe. Te koszty nie są małe, ale pokrywane są w zdecydowanej większości ze środków z emisji – nie są więc dla spółki dodatkowym obciążeniem.

W drugim etapie koszty te związane są z notowaniem i wypełnianiem obowiązków informacyjnych. To są już znacznie mniejsze sumy, do udźwignięcia nawet przez podmioty o umiarkowanych rozmiarach.

Druga istotna niedogodność wiąże się z koniecznością realizacji obowiązków informacyjnych. Jest to zatem dla spółki dodatkowa praca do wykonania, ale też i w pewnym stopniu odsłonięcie się przed potencjalną konkurencją. W spółce publicznej po prostu zawsze więcej widać. W ograniczonym stopniu obowiązki informacyjne dotyczą też akcjonariuszy spółki – chodzi tu głównie o znaczne pakiety akcji.

No i wreszcie minus najbardziej oczywisty – trzeba po prostu część spółki oddać w obce ręce – czy to drobnym inwestorom, czy inwestorom finansowym. Mają oni swoje prawa – np. prawo do udziału w ewentualnej dywidendzie czy uczestnictwa w walnym. Mają też prawo do uzyskiwania rzetelnej informacji o sytuacji w spółce. Trzeba te wszystkie prawa respektować.

Minusy bycia spółką publiczną istnieją więc, ale są nieproporcjonalne do korzyści z tego tytułu. Trudno się więc dziwić, iż coraz więcej firm wybiera rozwój poprzez emisję publiczną i późniejsze notowanie na rynku giełdowym.

Oferta publiczna a prywatna

Andrzej Rabenda,
zastępca dyrektora Działu Operacji
Kapitałowych DMIDMSA

Spółka, która dojdzie do wniosku, że do dalszego rozwoju (czy to organicznego czy przez przejęcia) potrzebuje dodatkowych środków finansowych, w pierwszej kolejności musi podjąć decyzję o sposobie finansowania tego rozwoju. Istnieje wiele różnych możliwości pozyskania finansowania, zarówno dłużnego, jak i właścicielskiego, a także mieszanego.

Małe i średnie przedsiębiorstwa decydują się zwykle na kredyt bankowy – aczkolwiek jego otrzymanie jest procesem trudnym i długotrwałym – coraz częściej jednak pozyskują również finansowanie na rynku kapitałowym.

Jakie różnice

Ustawa o ofercie publicznej i warunkach wprowadzania instrumentów finansowych do zorganizowanego systemu obrotu oraz o spółkach publicznych (DzU 05.184.1539 z późniejszymi zmianami, dalej: ustawa o ofercie) wprowadza różnicę między ofertą publiczną i ofertą niespełniającą warunków oferty publicznej, zwaną powszechnie ofertą prywatną.

Ofertą publiczną jest udostępnianie co najmniej 100 osobom lub nieoznaczonemu adresatowi, w dowolnej formie i w dowolny sposób, informacji o papierach wartościowych i warunkach dotyczących ich nabycia, stanowiących dostateczną podstawę do podjęcia decyzji o odpłatnym nabyciu tych papierów wartościowych. Z tego wynika, że oferta prywatną jest oferta skierowana do 99 oznaczonych adresa-

tów lub oferta papierów wartościowych realizowana bezpłatnie. Ważna przy tym jest możliwość dokładnego zidentyfikowania tych adresatów. Co za tym idzie, wszystkie oferty sprzedaży papierów wartościowych zamieszczane np. na Allegro czy też na słupie ogłoszeniowym bez wyraźnego wyodrębnienia grupy docelowej nie większej niż 99 osób, spełniają warunki oferty publicznej.

Wiedząc już, czym różni się oferta prywatna od oferty publicznej, przejdźmy do scharakteryzowania opisu wymogów, jakie spółka będzie musiała spełnić, aby przeprowadzić dany rodzaj oferty.

Co mówią przepisy

Zdecydowanie prostsza i szybsza do przeprowadzenia jest, co do zasady, oferta prywatna. Podlega ona jedynie wymogom formalnym właściwym dla oferowanych papierów wartościowych – np. w przypadku ofert akcji przepisom kodeksu spółek handlowych, a w przypadku ofert obligacji – ustawie o obligacjach.

Publiczna oferta, oprócz ww. przepisów, podlega również przepisom ustawy o ofercie. Ustawa ta wprowadza zasadę konieczności przygotowania, zatwierdzenia przez Komisję Nadzoru Finansowego oraz publikacji prospektu emisyjnego związanego z ofertą papierów wartościowych. Od zasady tej obowiązują wyjątki wskazane w art. 7 ust. 3 ustawy o ofercie. Są one jednak nieliczne. Co więcej, nie pokrywają się one z wyjątkami wskazanymi w art. 7 ust. 4 ustawy o ofercie, które umożliwiają wprowadzanie papierów wartościowych do obrotu na rynku regulowanym (GPW) bez koniecz-

ności sporządzenia, zatwierdzenia i publikacji prospektu.

Prospekt emisyjny to obszerny dokument zawierający szczegółowe informacje o spółce, jej działalności oraz oferowanych papierach wartościowych. Minimalna zawartość prospektu emisyjnego wskazana jest w rozporządzeniu Komisji (WE) nr 809/2004 z 29 kwietnia 2004 roku wykonującym dyrektywę 2003/71/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie informacji zawartych w prospektach emisyjnych oraz formy, włączenia przez odniesienie i publikacji takich prospektów emisyjnych oraz rozpoznawania reklam. Dodatkowo KNF może żądać włączenia do prospektu informacji uzupełniających.

Zasadą jest korzystanie przez spółkę przy sporządzaniu prospektu emisyjnego z pomocy oferującego (domu maklerskiego), zwykle też doradcy prawnego, audytora, a niekiedy również doradcy finansowego.

Prospekt emisyjny sporządzony zgodnie z rozporządzeniem 809/2004 podlega następnie zatwierdzeniu przez KNF w postępowaniu administracyjnym. W postępowaniu takim niezbędne jest pośrednictwo firmy inwestycyjnej (domu maklerskiego). KNF wydaje decyzję w terminie 10 dni roboczych, a w przypadku emitenta, którego żadne z dotychczas wyemitowanych i objętych papierów wartościowych nie były przedmiotem oferty publicznej ani nie są dopuszczone do obrotu na rynku regulowanym, w terminie 20 dni roboczych od dnia złożenia wniosku o zatwierdzenie prospektu. Należy jednak podkreślić, że terminy te są liczone od dnia złożenia kompletnej dokumentacji, a w trakcie postępowania KNF może zgłaszać kilkakrotnie uwagi do prospektu emisyjnego. W związku z tym proces zatwierdzenia prospektu trwa zwykle ok. 3 miesięcy.

Przed wyborem

Opisane powyżej różniczenie na ofertę prywatną i publiczną oraz wymogi związane z takimi ofertami będą przydatne przy opisie ofert akcji i obligacji. W tym miejscu, jako podsumowanie zwrócę uwagę, jakie czynniki powinna brać pod uwagę spółka decydując się na dany rodzaj oferty (szczegółowe zestawienie zalet i wad oferty publicznej stanowi będzie odrębny artykuł):

- zapotrzebowanie na kapitał i czas niezbędny do realizacji oferty (w przypadku oferty publicznej należy przyjąć, że potrzebujemy co najmniej kilku miesięcy, zanim pozyskamy środki),
- koszty i zakres niezbędnych prac, a z drugiej strony grupę osób, do której chcemy kierować ofertę i ewentualnie inne cele, które można zrealizować przy okazji oferty publicznej (np. wzrost rozpoznawalności spółki).



Pozyskiwanie kapitału za pośrednictwem akcji

Adrian Folwarski,
dyrektor Działu Nadzoru
Właścicielskiego DMIDMSA

W obliczu szans, przed którymi staje polska gospodarka dzięki szybko rozwijającemu się rynkowi, inwestycjom unijnym i wzrostowi poziomu życia, podmioty działające na polskim rynku zgłaszają ogromne potrzeby kapitałowe. W sukurs przychodzi im instytucja podwyższenia kapitału zakładowego dzięki której, za pośrednictwem emisji akcji, spółka może pozyskać niezbędne finansowanie.

Wzrost rynków zbytu i silna konkurencja sprawiają, że spółki, aby utrzymać swój udział w rynku, muszą zwiększać produkcję za pośrednictwem rozbudowy organicznej, nasilać działania marketingowe czy wreszcie zwiększać swój zasięg za pośrednictwem fuzji i przejęć. Wszystkie te czynności wymagają sporych nakładów kapitałowych, których większość spółek nie jest w stanie pokryć z własnych środków. Dogodnym wyjściem z takiej sytuacji może być zwiększenie kapitału własnego albo zaciągnięcie długu poprzez emisję obligacji, lub pozyskanie kredytu bankowego. O ile dla realizacji mających

się szybko zwrócić pojedynczych projektów inwestycyjnych zwiększenie finansowania opierającego się na długu może się wydawać lepszym rozwiązaniem, o tyle w celu stałego zwiększenia potencjału kapitałowego spółki dobrze jest zastanowić się nad emisją akcji.

W telegraficznym skrócie, na cały proces emisji akcji składa się kilka niezbędnych etapów: podjęcie stosownych uchwał przez walne zgromadzenie akcjonariuszy, zaoferowanie akcji inwestorom (może to być ściśle określony inwestor wchodzący w akcjonariat, dotychczasowi akcjonariusze z przysługującego im prawa poboru lub inwestor nieoznaczony), a wreszcie przydzielenie akcji i zgłoszenie zmian do sądu rejestrowego.

Jak to się robi?

Emisje akcji możemy podzielić na emisje dokonywane za pośrednictwem ofert niepublicznych oraz publicznych. Różnią się one przede wszystkim liczbą adresatów oferty. Przy ofercie publicznej proponuje się nabycie akcji co najmniej 100 osobom lub nieoznaczonemu adresatowi. Odbywa się ona za pośrednictwem firmy inwestycyjnej (domu maklerskiego lub banku) i wiąże się (poza pewnymi wyjątkami) z koniecznością sporządzenia prospektu emi-

syjnego lub memorandum informacyjnego.

Zaletą oferty publicznej jest możliwość dotarcia do większej liczby potencjalnych inwestorów, co może stanowić przesłankę do podwyższenia ceny emisyjnej dzięki ewentualnie zwiększonemu popytowi. Główną wadą jest koszt jej przeprowadzenia ze względu na konieczność pośrednictwa firmy inwestycyjnej oraz z powodu obowiązku sporządzenia stosownego dokumentu emisyjnego.

Pozyskanie kapitału za pośrednictwem emisji akcji może być o wiele bardziej korzystne niż zaciągnięcie zobowiązań

go. Dodatkowo proces pozyskania kapitału za pośrednictwem oferty publicznej zazwyczaj trwa dłużej.

Plusy i minusy

Pozyskanie kapitału za pośrednictwem emisji akcji może być o wiele bardziej korzystne niż zaciągnięcie zobowiązań. Po pierwsze dzieje się tak dlatego, że odsetki od długu potrafią skutecznie umniejszyć wynik netto, a także, przy zmiennym oprocentowaniu, narażają spółkę na ryzyko rynkowych stóp procentowych. Po drugie, spół-

ka może zaoferować akcje inwestorowi branżowemu, który dzięki swej obecności w akcjonariacie może podnieść jej wiarygodność w oczach kontrahentów, wnieść do niej niezbędne know-how oraz udostępnić nowe kanały dostępu do rynku, na którym ona działa.

Wreszcie dzięki emisji akcji można zmotywować pracowników do wydajniejszej pracy, oferując im objęcie akcji w atrakcyjnych warunkach, w przypadku osiągnięcia dobrych wyników.

stwo, że nowi akcjonariusze będą reprezentować inną wizję rozwoju spółki niż dotychczasowi, co może doprowadzić do konfliktu właścicielskiego i obniżenia jej potencjału jako gracza na rynku. Najważniejszym zaś minusem emisji nowych akcji jest rozwodnienie kapitału, spowodowane większą ich ilością. Ryzyko to jednak można skutecznie zniwelować, jeśli pozyskane środki zostaną efektywnie wykorzystane. Niższy udział w zysku wynikający z większej liczby akcji będzie zatem kompensowany przez zdolność do generowania większych zysków przez spółkę.

Kiedy emitować akcje

Przy emisji akcji ważnym czynnikiem jest sytuacja na rynkach finansowych całego świata, a w szczególności na giełdach papierów wartościowych. Z punktu widzenia spółki zazwyczaj niekorzystne jest emitowanie akcji w okresie giełdowej bessy. Dzieje się tak dlatego, że papiery wartościowe ulegają w czasie dekonjunkury znacznym przecenom, przez co ilość pozyskanego kapitału w tym okresie może być niewspółmierna do rozwodnienia kapitału następującego po takiej emisji. Nie jest to reguła, jednak z pewnością jest wtedy trudniej znaleźć inwe-

storów chętnych do objęcia akcji.

Powyższe słowa dokładnie odzwierciedla sytuacja, z jaką mieliśmy do czynienia z powodu niedawnych perturbacji na światowych rynkach kapitałowych. W roku 2008, na skutek kryzysu finansowego, wartość ofert publicznych spadła niemal o 50 proc. (wg danych KNF w 2008 roku wartość ofert publicznych akcji na polskim rynku kapitałowym wyniosła 4,3 mld zł przy 9,8 mld zł rok wcześniej). W tym czasie nagminnie były przypadki, że spółki wycofywały się z przeprowadzenia oferty publicznej, przekładały je na następne lata lub gdy zdecydowały się na ofertę publiczną, kończyła się ona niepowodzeniem.

Obecnie wartość ofert zarówno publicznych, jak i niepublicznych dynamicznie rośnie. Dzięki rozwojowi polskiego rynku kapitałowego w ciągu ostatnich 20 lat, podmioty prawa handlowego mają szereg możliwości pozyskiwania kapitału na swoją działalność. Każdy ze sposobów (kredyty, obligacje, akcje) ma swoje oczywiste zalety i sprawdza się w określonych sytuacjach, jednak w przypadku gdy spółka planuje trwały wzrost, zdecydowanie najpopularniejsze jest pozyskanie kapitału poprzez emisję akcji.





Dom Maklerski IDMSA

- Twój przewodnik na rynku kapitałowym

Pomagamy pozyskać kapitał na rozwój

Z sukcesem wprowadzamy spółki na giełdę

Skutecznie przeprowadzamy fuzje, przejęcia i emisje wtórne

Profesjonalnie zarządzamy aktywami naszych Klientów

Doradzamy, jak zabezpieczyć się przed ryzykiem walutowym

Oferujemy usługi maklerskie na najwyższym poziomie

Umożliwiamy inwestycje na światowych giełdach i rynku FOREX

W 2011 roku pomogliśmy firmom pozyskać na rozwój ponad 1,3 mld zł

Otrzymaliśmy nagrodę GPW za największą liczbę krajowych IPO w latach 2010/2011

www.idmsa.pl

POKI DM IDMSA

infolinia: 801 900 201

KRAKÓW | WARSZAWA | ŁÓDŹ | WROCŁAW | POZNAŃ | GDAŃSK | SZCZECIN | KATOWICE | KIELCE | GŁIWICE | TARNÓW | LUBLIN | OLSZCZ | NYSA

Dom Maklerski IDMSA prowadzi działalność maklerską w oparciu o pozwolenie Komisji Nadzoru Finansowego.
Aktywa inwestorów w DM IDMSA gwarantuje system rekompensat KDPW (dział V Ustawy o obrocie instrumentami finansowymi z dn. 29.07.2005 r.).

WIELKA NIEDZIELA

Wielka triadycja! 14 - 15.04

Taka okazja...
tylko raz w roku!

Ceny od

989 zł/os.

Ilość miejsc w promocji ograniczona



Hotele 4 i 5 gwiazdkowe

Oferta oparta o formułę wypoczynku **All Inclusive**

Obsługa **wyjazdów biznesowych**

Znakomity program animacyjny

Poszerzona opieka rezydencja

www.sky-club.eu



Głównie hotele 3 i 4 gwiazdkowe, apartamenty

Szeroki wybór objazdów oraz wycieczek **7+7**

Różne formy wyżywienia

Rozbudowana oferta autokarowa. **City Break**

Kluby dziecięce **Triada Junior Club**

www.triada.pl

Sky Club Sp. z o.o. jest organizatorem wyjazdów dla marek Triada i Sky Club