

MCI inwestuje w e-turystykę w Czechach

24.04.2008

24 kwietnia 2008 roku, subfundusz MCI.TechVentures 1.0, wchodzący w skład Grupy MCI, podpisał umowę inwestycyjną z udziałowcami czeskiej spółki INVIA.CZ s.r.o. Na mocy podpisanej umowy, po spełnieniu się przewidzianych umową warunków wstępnych, Fundusz odkupi od dotychczasowych udziałowców 50,10% udziałów tej spółki. INVIA.CZ jest liderem rynku e-turystyki w Czechach i na Słowacji. Pod względem obrotów nie ma sobie równych także w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

„Po kilku wcześniejszych próbach dokonania inwestycji w czeskim sektorze e-turystyki, który w naszym regionie jest najbardziej rozwinięty, w końcu udało nam się porozumieć z liderem tego rynku, co jest podwójnie korzystne. Wydaje mi się, że pomogło doświadczenie MCI na rynku kapitałowym w Polsce, zbieżność celów oraz wcześniejsza inwestycja w Travelplanet.pl, dająca świetne podstawy do budowy regionalnego lidera, mogącego stawiać czoła globalnym graczom, którzy prędzej czy później zawitają do Europy Środkowo - Wschodniej.” – powiedział Jan Habermann, Dyrektor Inwestycyjny z praskiego zespołu MCI.TechVentures.

Strony umowy inwestycyjnej postanowiły nie ujawniać wartości transakcji, jednak zgodnie z wewnętrzną terminologią Funduszu transakcja zaliczana jest do tzw. „big tickets”, czyli transakcji o wielkości powyżej 10 mln PLN. Jest to więc jedna z większych inwestycji MCI w portfelu. Po sfinalizowaniu transakcji, udziałowcami spółki, oprócz funduszu, będą 3 osoby fizyczne z Czech, które były założycielami INVII w 2002 roku oraz Internet Travel Holding AG, spółka zależna szwajcarskiej grupy inwestycyjnej Centralway AG, która dotychczas była inwestorem większościowym. Strony umowy inwestycyjnej przyjęły wspólny cel upublicznienia spółki poprzez wprowadzenie jej na parkiet Warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych w 2009 roku. W ramach IPO dotychczasowi właściciele INVII planują sprzedać kolejny pakiet swoich akcji, pozostając właścicielem mniej więcej jednej czwartej spółki.

INVIA.CZ powstała w 2002 roku jako czwarty gracz na rynku e-travel w Czechach, jednak dzięki bardzo sprawnemu zarządowi i dużemu naciskowi na efektywność

marketingu internetowego w krótkim czasie stała się numerem 1 na swoim rynku macierzystym, a następnie rozpoczęła ekspansję międzynarodową. W chwili obecnej INVIA.CZ, generując obroty na poziomie blisko 50 mln EUR w 2007 roku, jest większa niż pozostali 3 liczący się gracze w Czechach łącznie. Od 2005 roku spółka generuje zysk. W 2004 roku INVIA.CZ weszła na rynek słowacki, gdzie również posiada w chwili obecnej pozycję lidera, choć skala działania na Słowacji jest znacząco mniejsza niż w Czechach, co wiąże się z dużo wcześniejszym etapem rozwoju tego rynku oraz z jego mniejszą skalą. Spółka uruchomiła również swoje witryny sprzedażowe w Polsce i na Węgrzech, a w najbliższym czasie planuje rozpocząć działalność w Rumunii. INVIA ma ambicję stania się liderem na rynkach, na których działa, zwłaszcza jeżeli chodzi o rynki mające opóźnienie w stosunku do głównych rynków regionu, czyli Czech i Polski (rynek turystyki w Internecie w Czechach jest porównywalny wielkością do rynku polskiego, mimo blisko 4-krotnie mniejszej liczby mieszkańców).

„Realizując niniejszą transakcję MCI planuje stać się aktywnym centrum konsolidacji branży e-turystyki w Europie Środkowo-Wschodniej. Celem MCI w perspektywie 2 - 3 lat jest zbudowanie silnej grupy o przychodach przekraczających 250 mln EUR. Mając w portfelu dwie największe spółki w tym obszarze w regionie, Travelplanet i INVIE, jesteśmy na najlepszej drodze aby to zrealizować. Obie spółki będą funkcjonowały niezależnie, jednak fundusz jako wiodący akcjonariusz będzie zainteresowany realizacją możliwych synergii operacyjnych i strategicznych, do czego będziemy namawiać oba zarządy. W dłuższej perspektywie MCI nie wyklucza konsolidacji kapitałowej obu podmiotów na warunkach rynkowych. Możliwe, że będziemy do tego namawiać akcjonariuszy obu spółek już za 2 - 3 lata.” – powiedział Maciej Kowalczyk, Dyrektor Inwestycyjny MCI odpowiedzialny za projekt z ramienia Funduszu.

INVIA.CZ posiada w swojej ofercie ponad 40.000 wycieczek od ponad 420 tour operatorów, dla niektórych z nich jest największym kanałem sprzedaży. Oprócz pakietów turystycznych, spółka oferuje również bilety lotnicze, miejsca hotelowe, ubezpieczenia czy wynajem samochodów, jednak produkty te stanowią poniżej 5% obrotów ze sprzedaży. INVIA.CZ w szczególny sposób dba o budowę społeczności wokół swojej oferty, rozwijając szereg funkcjonalności Web 2.0, w tym możliwość umieszczania w serwisie relacji czy zdjęć z podróży, fora dyskusyjne, możliwość oceniania hoteli itd. Spółka stworzyła również system lojalnościowy dla ponad 300.000 zarejestrowanych użytkowników. Warto także zaznaczyć, że INVIA.CZ jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek w czeskim Internecie, a średnio 10% czeskich internautów regularnie odwiedza strony serwisu. W 2005 roku spółka postanowiła rozszerzyć swoją działalność o kanał off-line i utworzyła 3 własne punkty sprzedaży.

Dodatkowo od 2007 roku buduje model franchisingowy, w ramach którego, pod marką INVIA, działa ok. 30 punktów sprzedaży w całych Czechach.

„Jesteśmy niekwestionowanym liderem na rynku czeskim i mamy ambicje stać się liderem w regionie. Wierzimy, że jest to zbieżne z regionalnymi aspiracjami MCI, a zbieżność celów, połączona z doświadczeniem MCI w budowaniu spółek portfelowych oraz zasoby MCI w krajach regionu to gwarancja sukcesu. Dodatkowo chcemy skorzystać z możliwości jakie daje debiut na GPW, który jest zdecydowanie najaktywniejszym rynkiem w regionie. Da nam to możliwość zarówno uzyskania atrakcyjnej wyceny za swoje udziały, jak również pozyskania środków na dalszą ekspansję i konsolidację w Europie Środkowo-Wschodniej. Ponadto na obecnym etapie wybraliśmy inwestora finansowego, a nie strategicznego, np. Expedię, gdyż daje nam to możliwość samodzielnego kształtowania strategii spółki oraz satysfakcję z budowy jej silnej pozycji.” – powiedział Michał Drozd, CEO INVIA.

Rynek turystyki w Europie Środkowo-Wschodniej jest bardzo atrakcyjny i charakteryzuje się wysokim potencjałem wzrostu. Liczba ludności w 5 krajach, w których działa INVIA jest porównywalna do liczby mieszkańców Niemiec. Natomiast wartość rynku turystycznego jest tam ok. 8-krotnie niższa niż u naszych zachodnich sąsiadów. Jeszcze większe różnice dotycząc sprzedaży oferty turystycznej przez Internet. Liczba ludności w „12” krajów, które przystąpiły do Unii Europejskiej stanowi ponad 20% ogółu ludności Wspólnoty, natomiast generują oni jedynie niecałe 4% przychodów branży turystycznej on-line. Na to wszystko warto nałożyć perspektywę wzrostu samego rynku turystyki, który w kanale tradycyjnym rośnie średniorocznie o ponad 2,5% (w okresie 1998 – 2009), podczas gdy w tym samym okresie przychody branży turystycznej w Internecie rosną średnio o ponad 70% rocznie.