



Warszawa | 26.09.2022

# Podsumowanie wyników za I półrocze 2022 r.

**Krzysztof Folta**  
Prezes Zarządu TIM S.A.

**Piotr Nosal**  
Członek Zarządu,  
Dyrektor Handlowy TIM S.A.

**Piotr Tokarczuk**  
Członek Zarządu,  
Dyrektor Finansowy TIM S.A.

**Maciej Posadzy**  
Prezes Zarządu 3LP S.A.



## AGENDA

O nas

---

Wyniki finansowe Grupy TIM

---

Wyniki sprzedażowe TIM S.A.

---

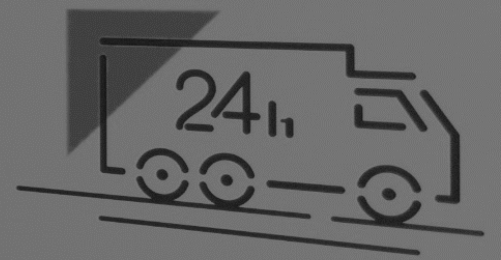
3LP S.A.

---

Decyzje strategiczne Grupy TIM



O nas



## Grupa TIM w pigułce

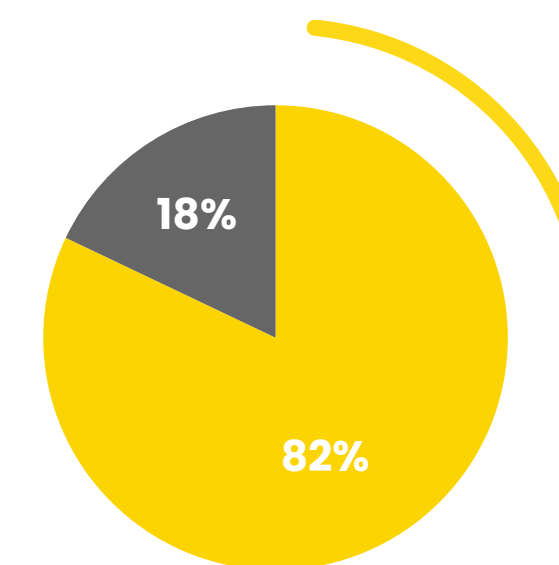


- **Lider e-commerce B2B w Polsce**
- Ambitny plan rozwoju bazujący na nowej strategii rozwoju
- Bardzo dobre wyniki finansowe, „mocny” cash flow i ujemny dług odsetkowy netto
- Atrakcyjna polityka dywidendowa



- **Dynamicznie rosnący gracz na rynku usług dla e-commerce**
- Inwestycje w zakresie rozbudowy powierzchni 3LP skokowo zwiększające skalę biznesu
- Kompetencje operacyjne i infrastruktura wyspecjalizowane w obsłudze logistycznej sektora e-commerce
- Kontynuacja realizacji strategii rozwoju

**EBITDA LTM GK TIM**  
wg linii biznesowych:



- Działalność dystrybucyjna
- Usługi logistyczne

# Podsumowanie 1H 2022

**1**

## Najlepsze wyniki finansowe 1H w historii Grupy TIM

- 772 mln zł przychodów (+28% r/r)
- 92 mln zł EBITDA (+38% r/r)
- 60 mln zł zysku netto (+40% r/r)

**2**

## Zakończenie prac nad nową długoterminową strategią TIM S.A.

- Dalszy rozwój platformy e-commerce B2B
- Koncentracja na elektrotechnice i klientach profesjonalnych
- Cele finansowe do 2026 r.: 3 mld zł przychodów oraz 250 mln zł EBITDA w TIM S.A.

**3**

## 3LP S.A.

- Zakończenie budowy nowej hali 25 tys. mkw. + instalacja regałów i automatyki
- Przygotowanie do uruchomienia oddziału w Sycowie
- Rozpoczęcie operacji dla Klienta w magazynie 72 tys. mkw. w Zelgoszczy



# Wyniki finansowe Grupy TIM

# Wybrane wyniki finansowe Grupy TIM

TIM S.A. – jednostka dominująca wobec 3LP S.A., notowana na GPW



**TIM**

**TIM** Grupa Kapitałowa

**3LP**

## Dane jednostkowe LTM:

**1 421 mln zł**

Przychody jednostkowe TIM

**140 mln zł**

EBITDA jednostkowa TIM

**149 mln zł**

Przychody jednostkowe 3LP – logistyka

**30 mln zł**

EBITDA jednostkowa 3LP – logistyka

## Dane skonsolidowane GK TIM LTM:

Przychody ze sprzedaży:

**1 484 mln zł**

EBITDA:

**170 mln zł**

Zysk netto:

**109 mln zł**

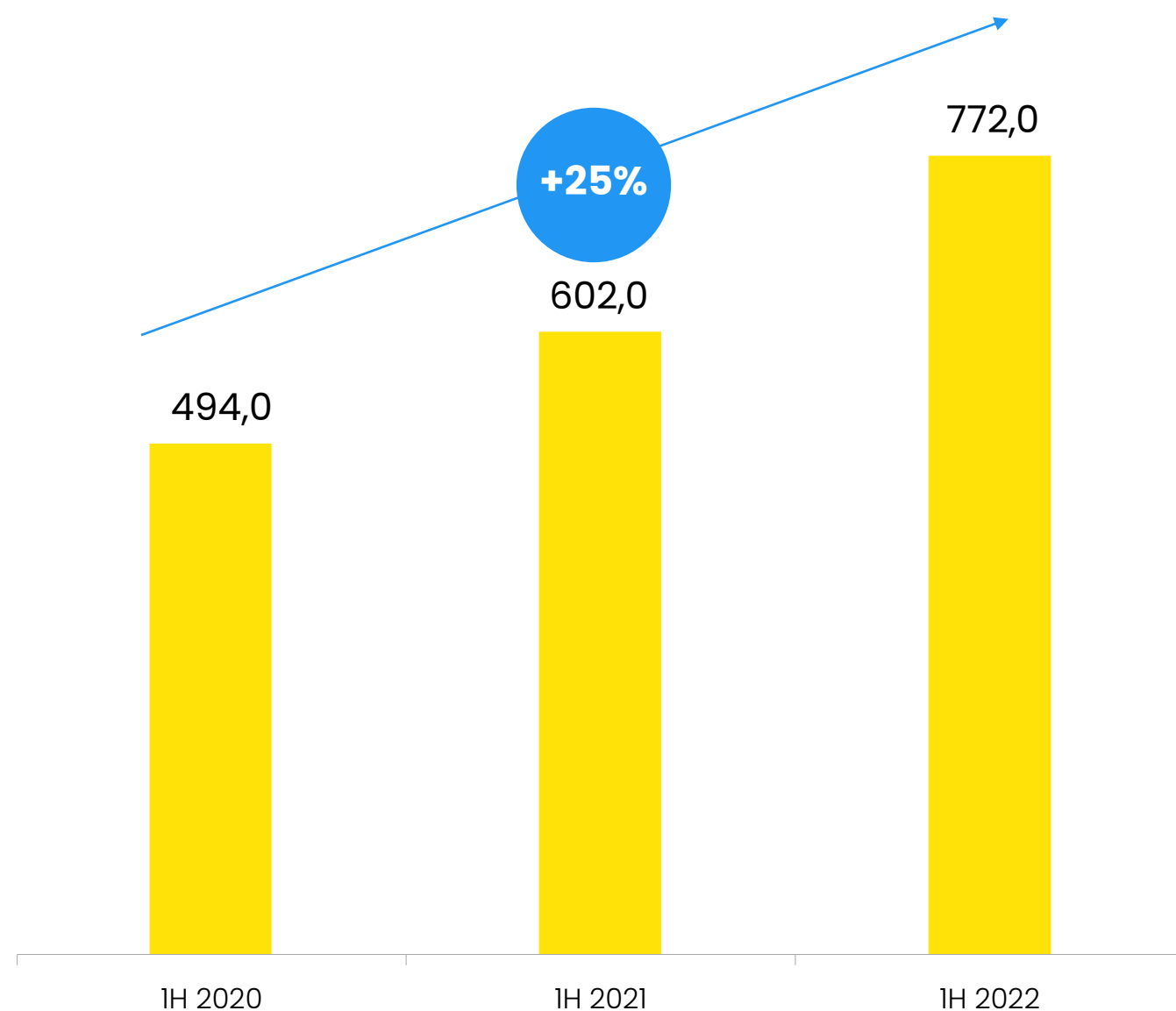
Aktywa razem\*:

**706 mln zł**

\* Dane na dzień bilansowy 30.06.2022 r.

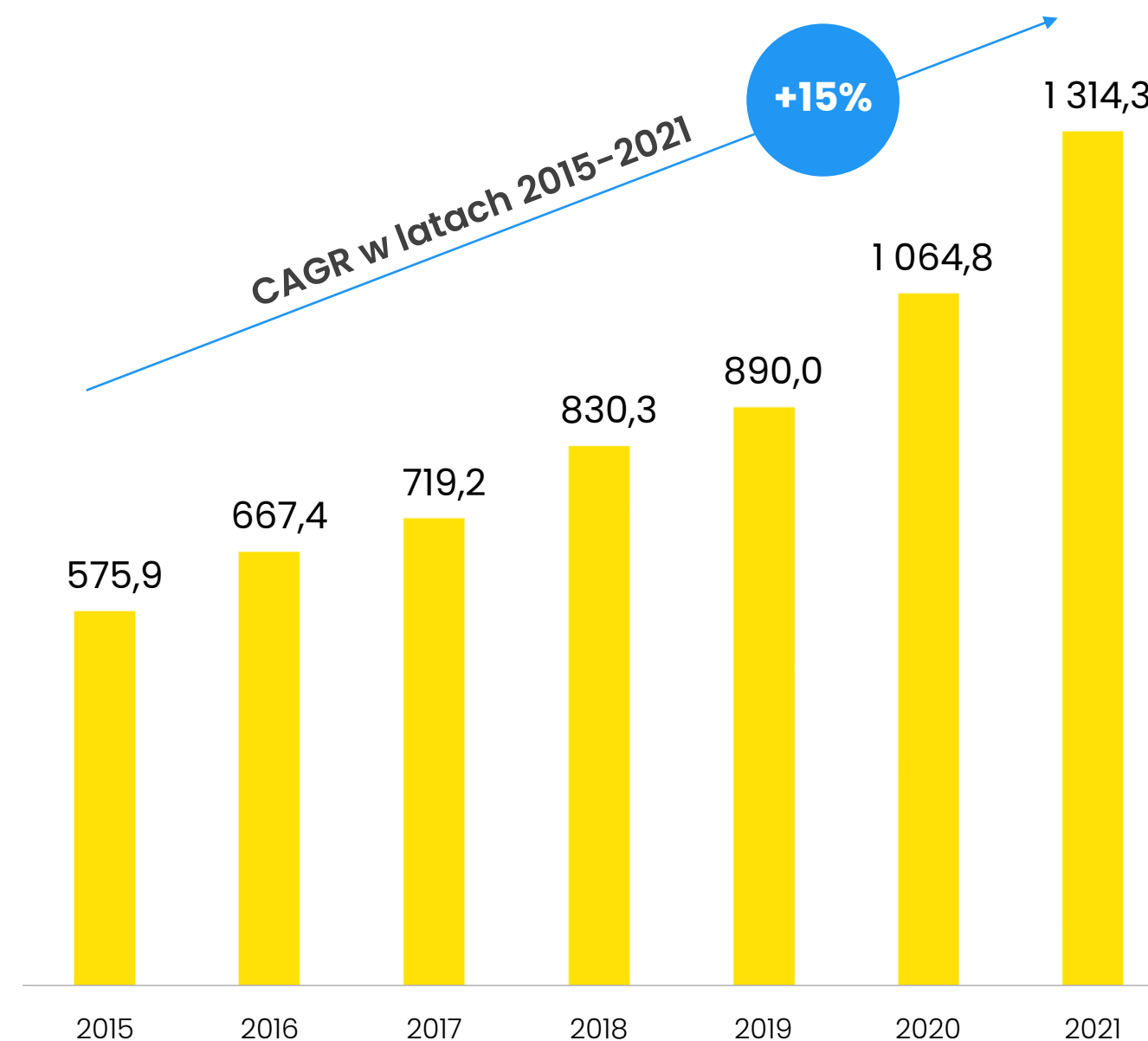
# Grupa TIM – dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży (mln zł)



- Po 8 miesiącach 2022 r. (ostatnie raportowane dane) TIM S.A. osiągnął 961 mln zł przychodów (+21,8% r/r)

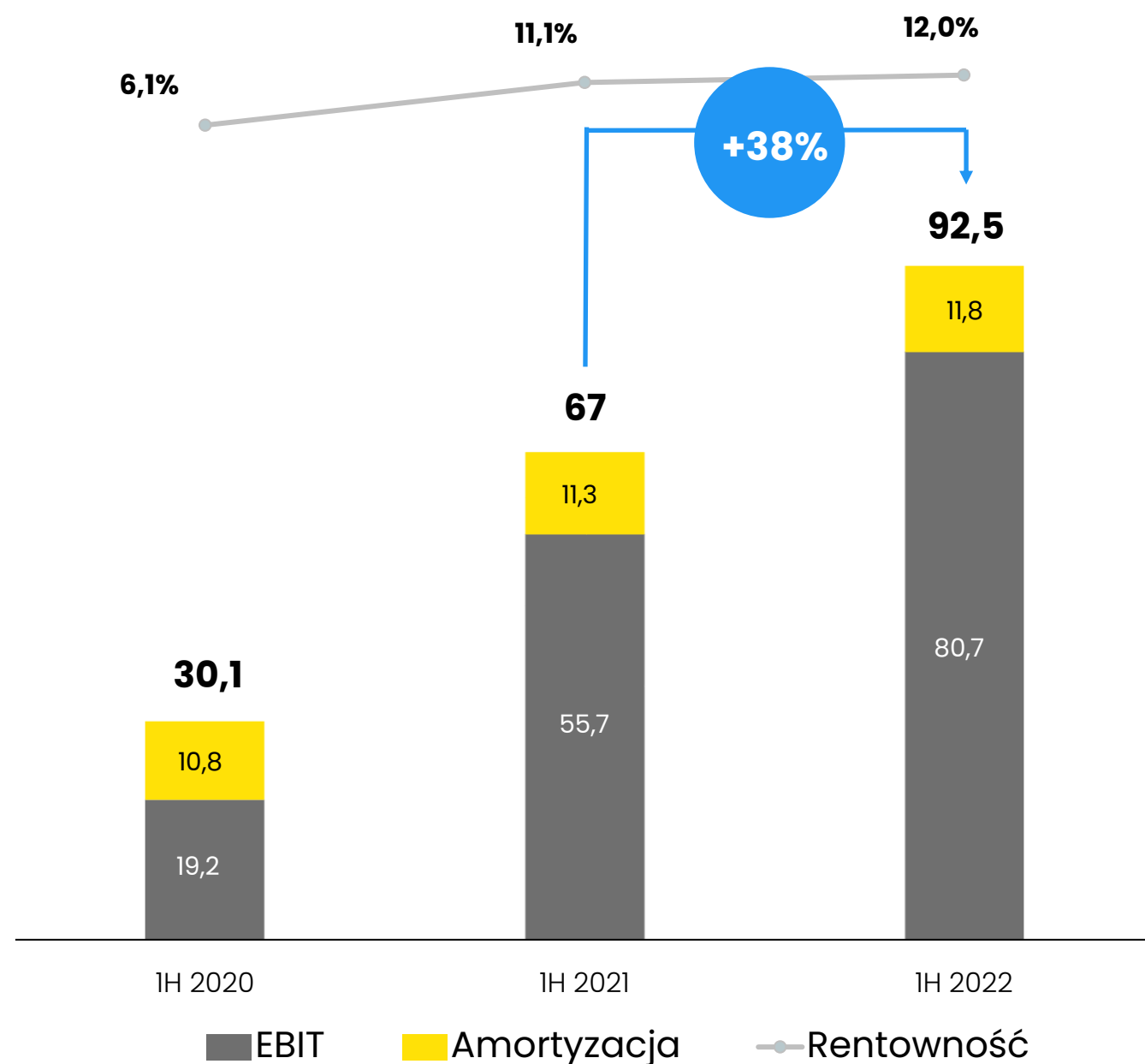
Przychody w latach 2015–2021 (mln zł) i ich średnioroczny wzrost



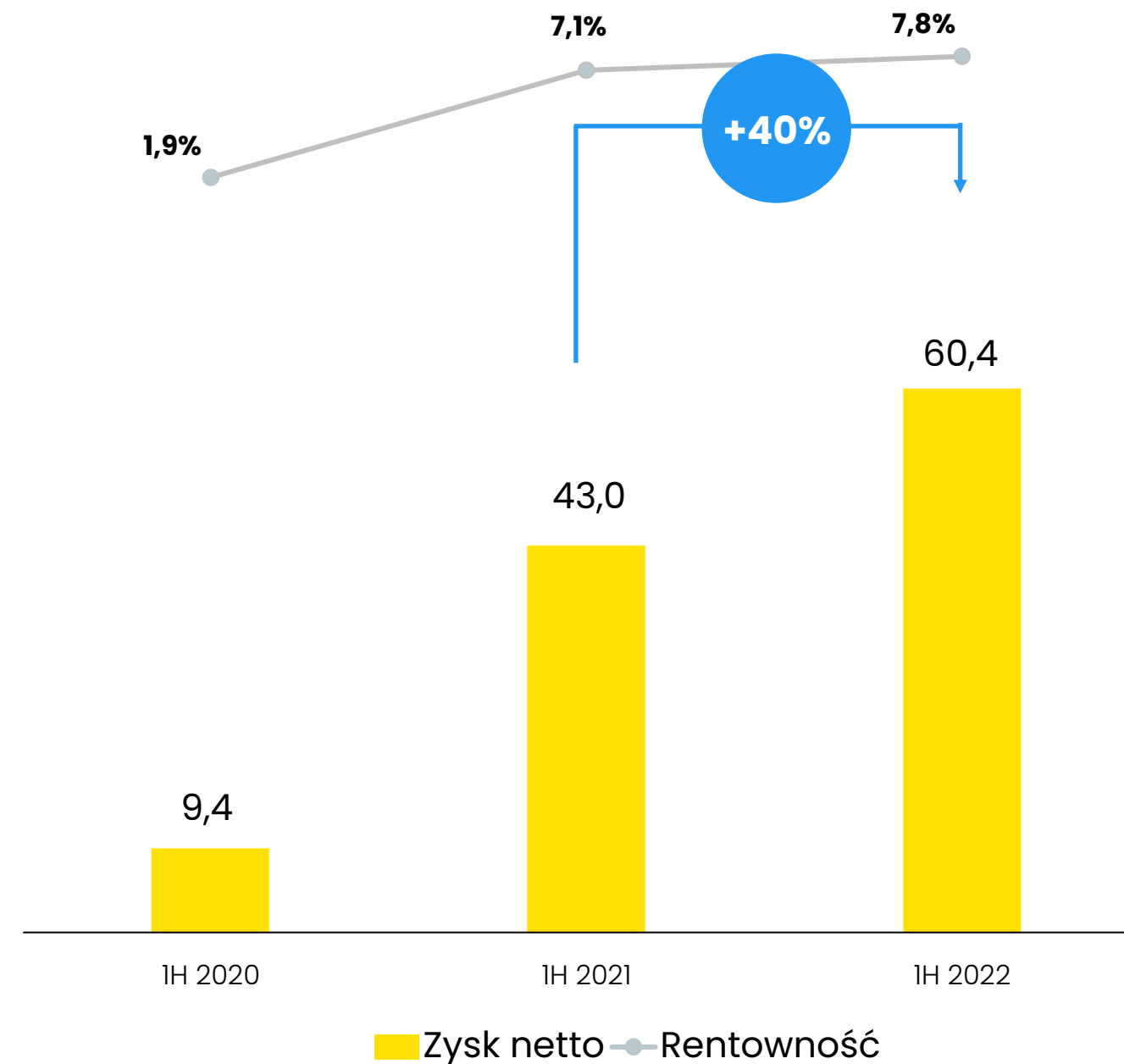
- Ponad dwukrotny wzrost obrotów w latach 2015–2021 potwierdza ambicje rozwojowe Grupy

# Grupa TIM – wzrost zysków i rentowności

EBITDA (mln zł)



Zysk netto (mln zł)

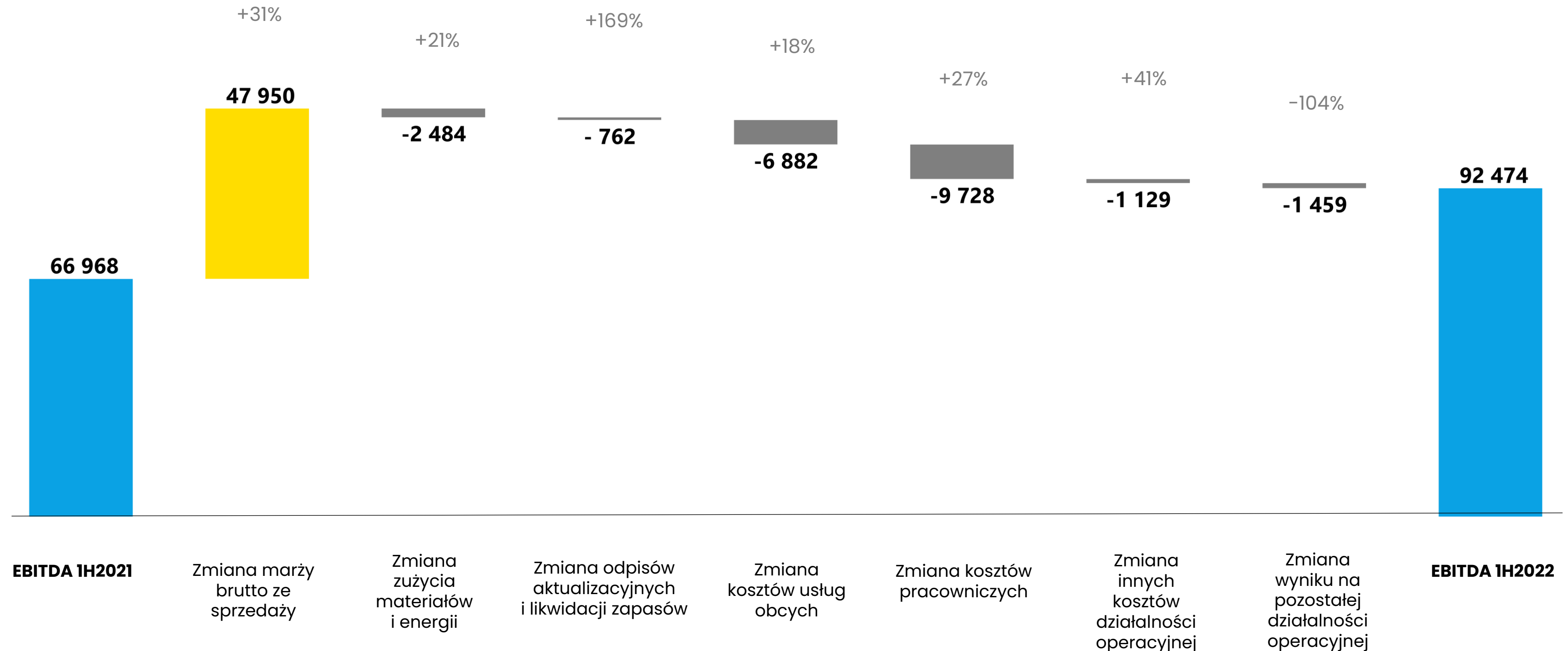


- Kontynuacja wzrostu EBITDA w raportowanych okresach.

- Ponad 40% wzrost zysku netto za pierwsze półrocze 2022 roku wobec tożsamego okresu poprzedniego roku.

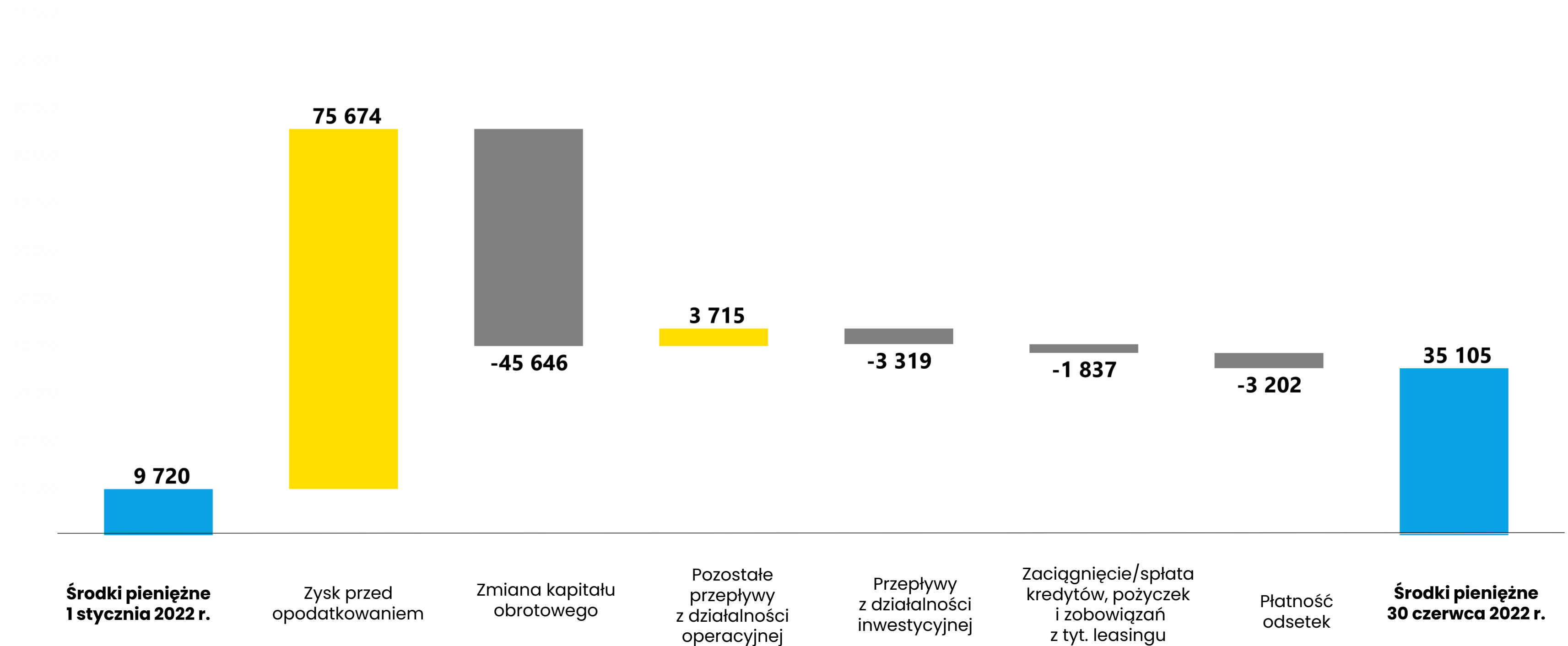
# Grupa TIM – dekompozycja zmiany wyniku EBITDA rok do roku

- Wzrost skali działalności oraz wyższa % marża brutto na sprzedaży TIM (22,7% vs. 21,3%) głównymi czynnikami wpływającymi na wzrost EBITDA GK.



# Grupa TIM – pozytywne przepływy pieniężne

- Wysoka rentowność działalności operacyjnej pozwoliła na wygenerowanie 33,7 mln zł pozytywnych przepływów operacyjnych.





# Wyniki sprzedaży TIM S.A.



# (e)(m)commerce B2B długoterminowym czynnikiem wzrostu

**600 mld zł**

wartość rocznego rynku transakcji B2B w Polsce zawieranych online\*

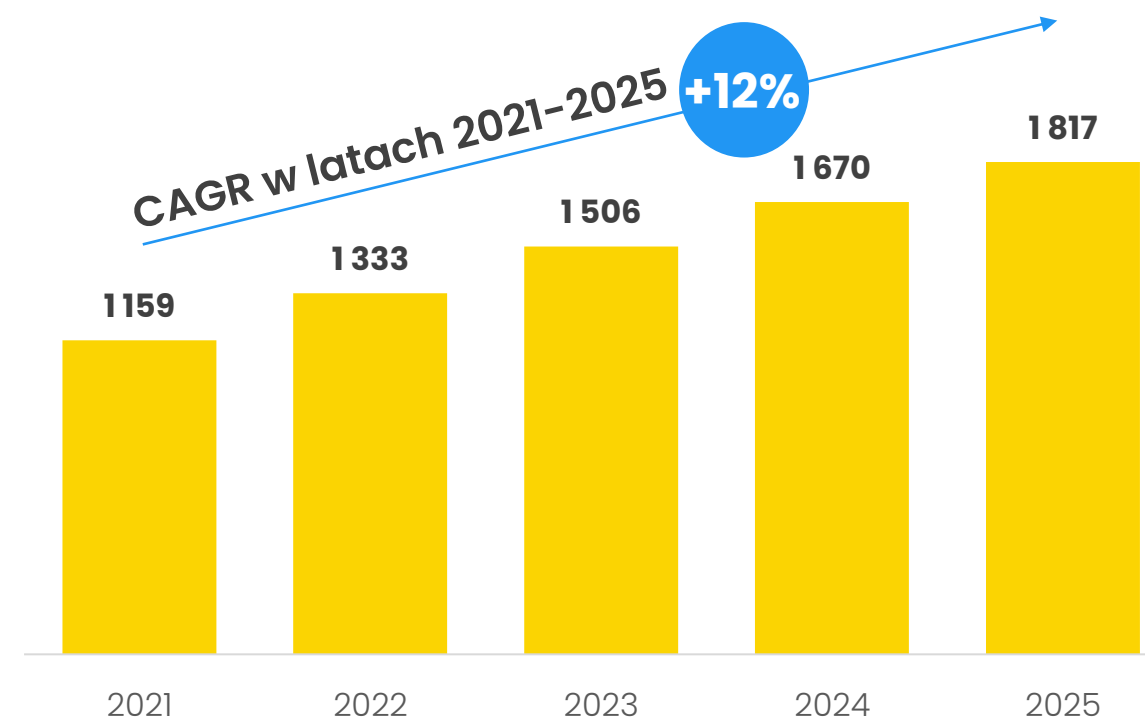
**80%**

wszystkich interakcji sprzedażowych pomiędzy firmami do końca 2025 roku będzie się odbywać online\*

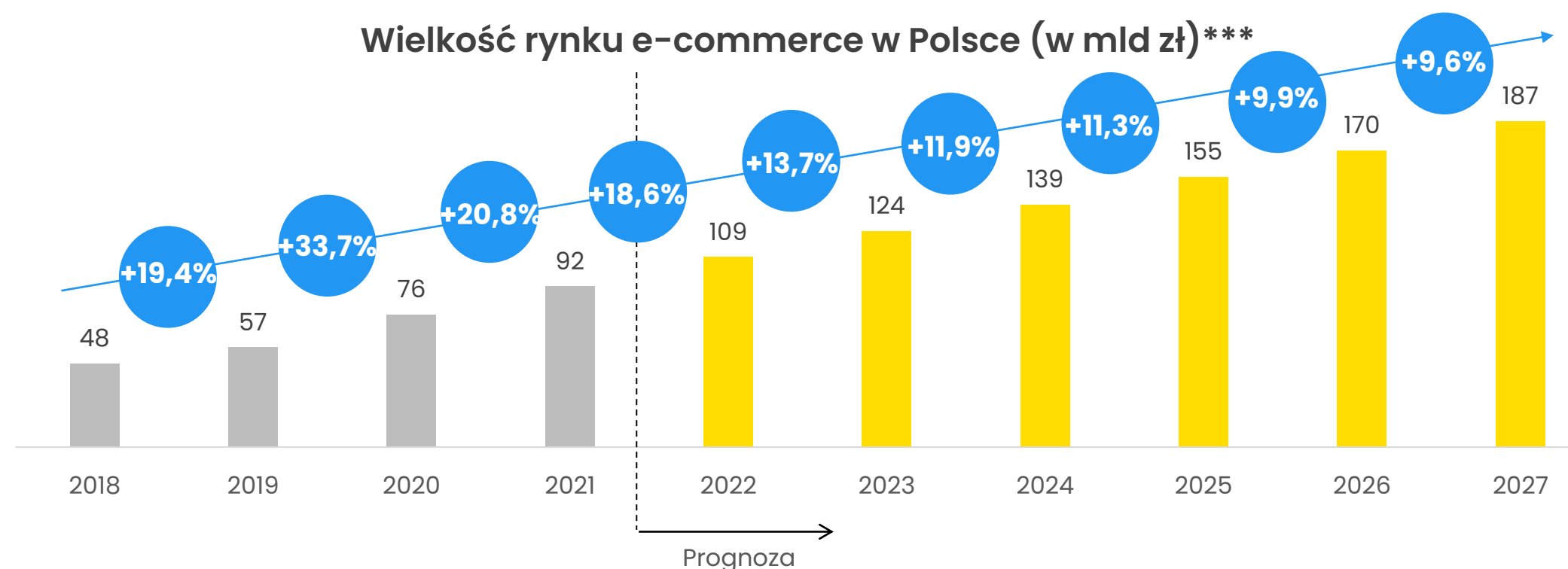
**131%**

dynamika wzrostu sprzedaży B2B na platformach marketplace w USA w 2021\*\*

Prognoza obrotów e-commerce B2B w Europie (w mld USD)\*\*



Wielkość rynku e-commerce w Polsce (w mld zł)\*\*\*



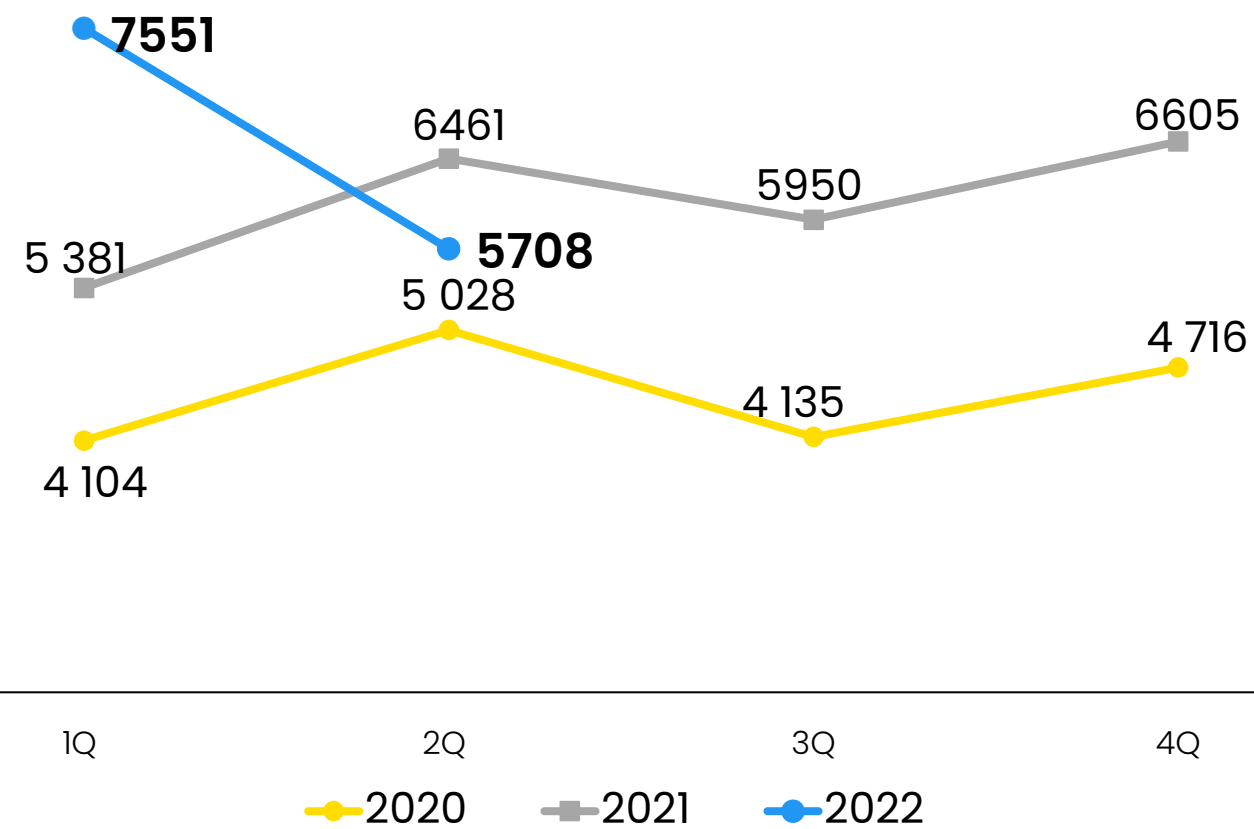
\* „Rynek e-commerce B2B w Polsce”, Marketplanet, 2022

\*\* [digitalcommerce360.com](https://digitalcommerce360.com)

\*\*\* Perspektywy rozwoju rynku e-commerce w Polsce 2018-2027, Strategy&, lipiec 2022

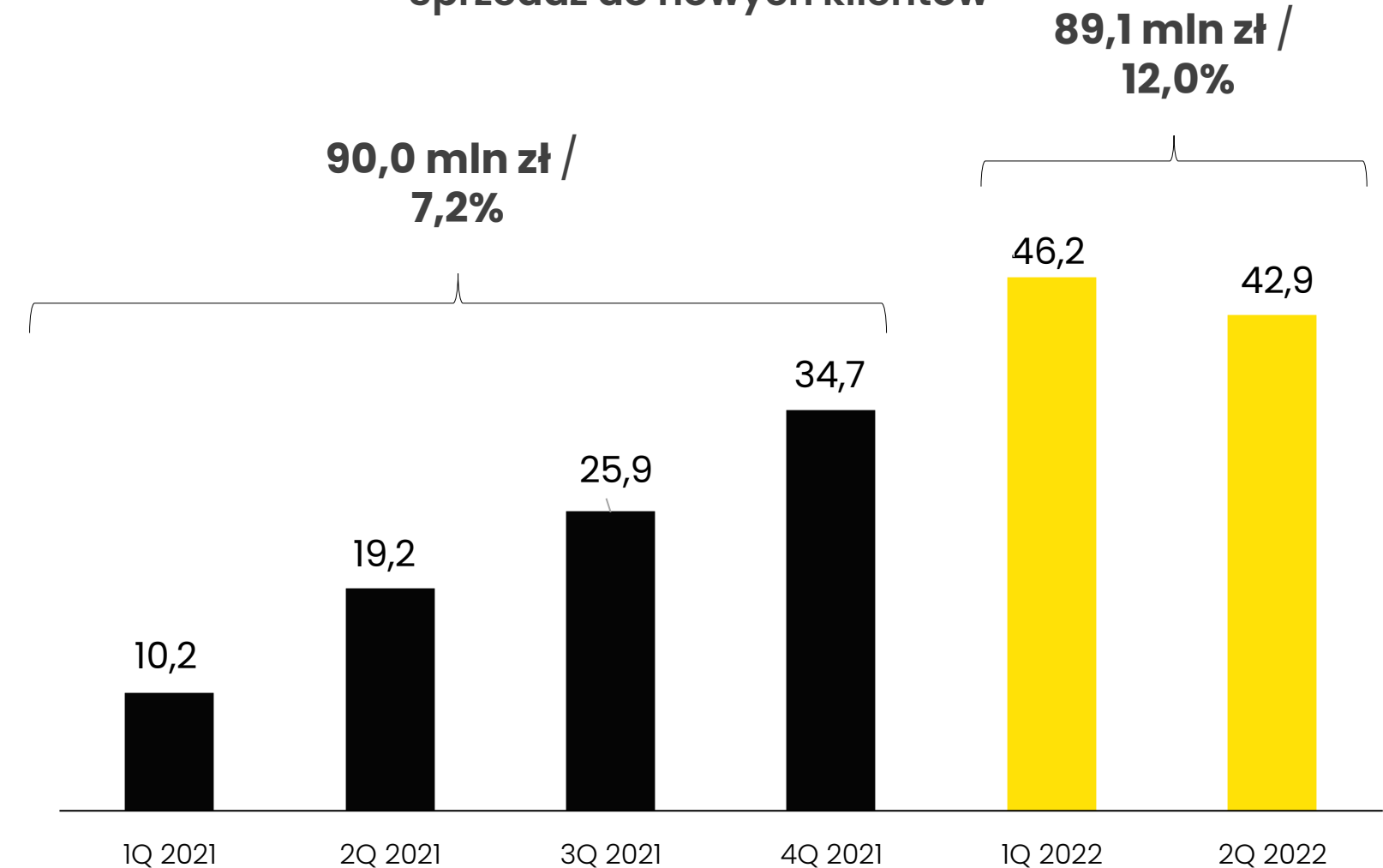
# TIM S.A. – systematyczna poprawa wskaźników sprzedaży

Liczba klientów pozyskanych w danym kwartale



- Zmniejszone zainteresowania niektórymi grupami produktów w II kw. 2022, przełożyło się na liczbę ich wyszukiwań w Internecie
- Mimo słabszego drugiego kwartału, blisko 12% więcej rejestracji klientów w pierwszym półroczu 2022 r.

Sprzedaż do nowych klientów\*

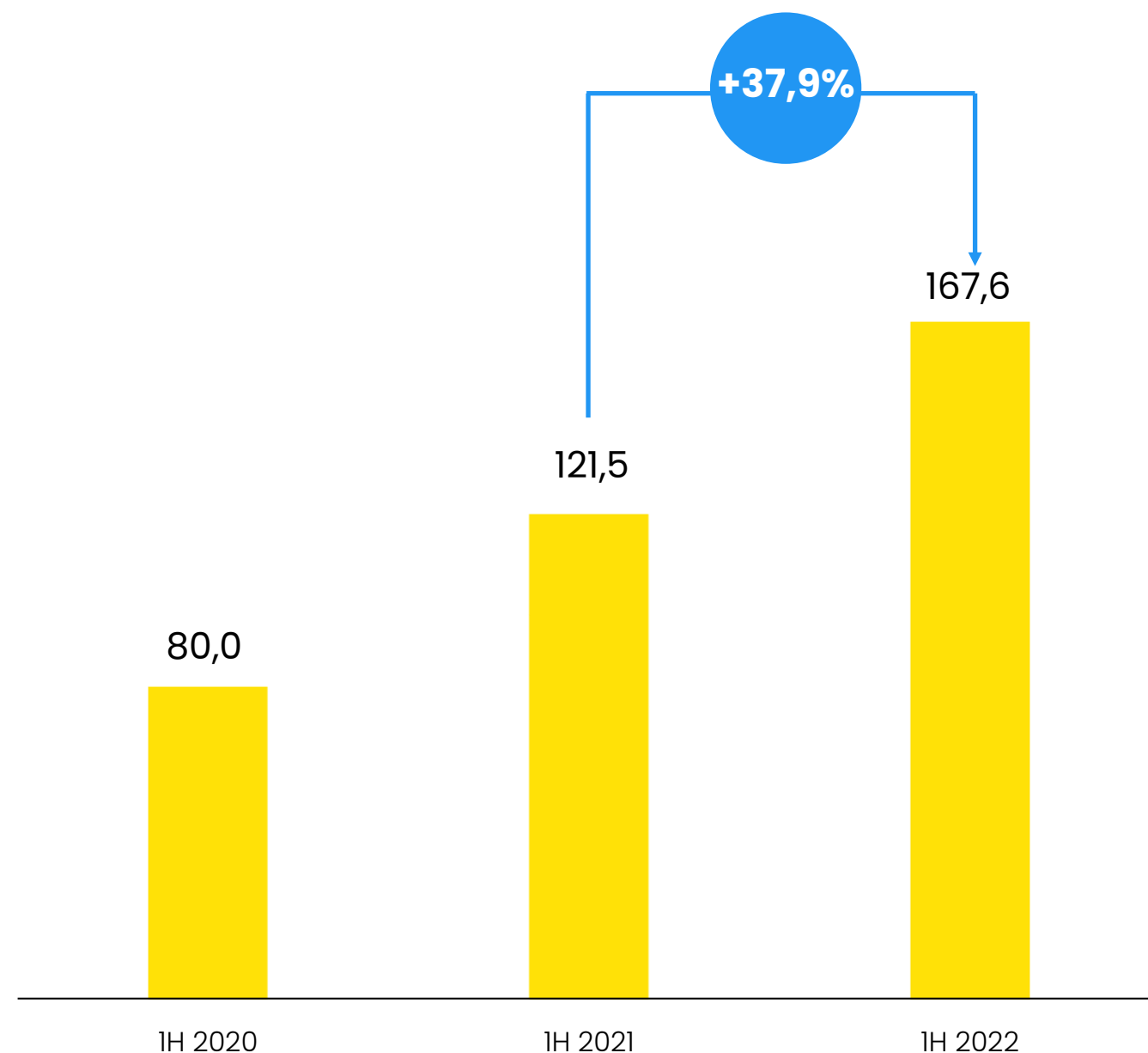


- Sprzedaż do nowych klientów stanowi blisko 12% całkowitej sprzedaży zrealizowanej w I półroczu 2022 roku.
- Mniejsza liczba rejestracji przekłada się na wolumen sprzedaży do nowych klientów

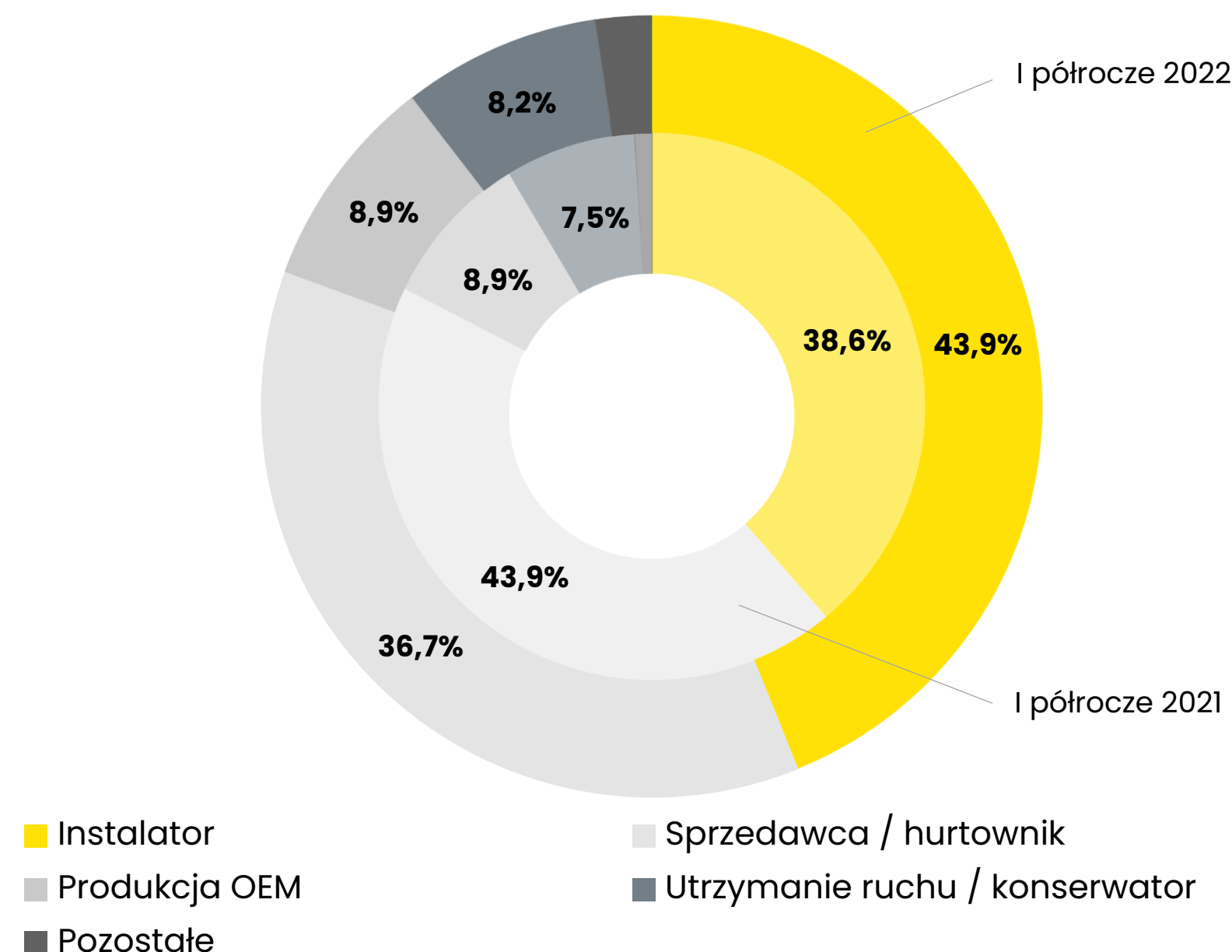
\*klient, z którym rozpoczęto współpracę od 01.07.2020 r.

# TIM S.A. – rentowność sprzedaży i segmentacja

Marża brutto na sprzedaży (mln zł)



Przychody w podziale na segmenty klientów 1H 2022 vs 1H 2021 roku (%)



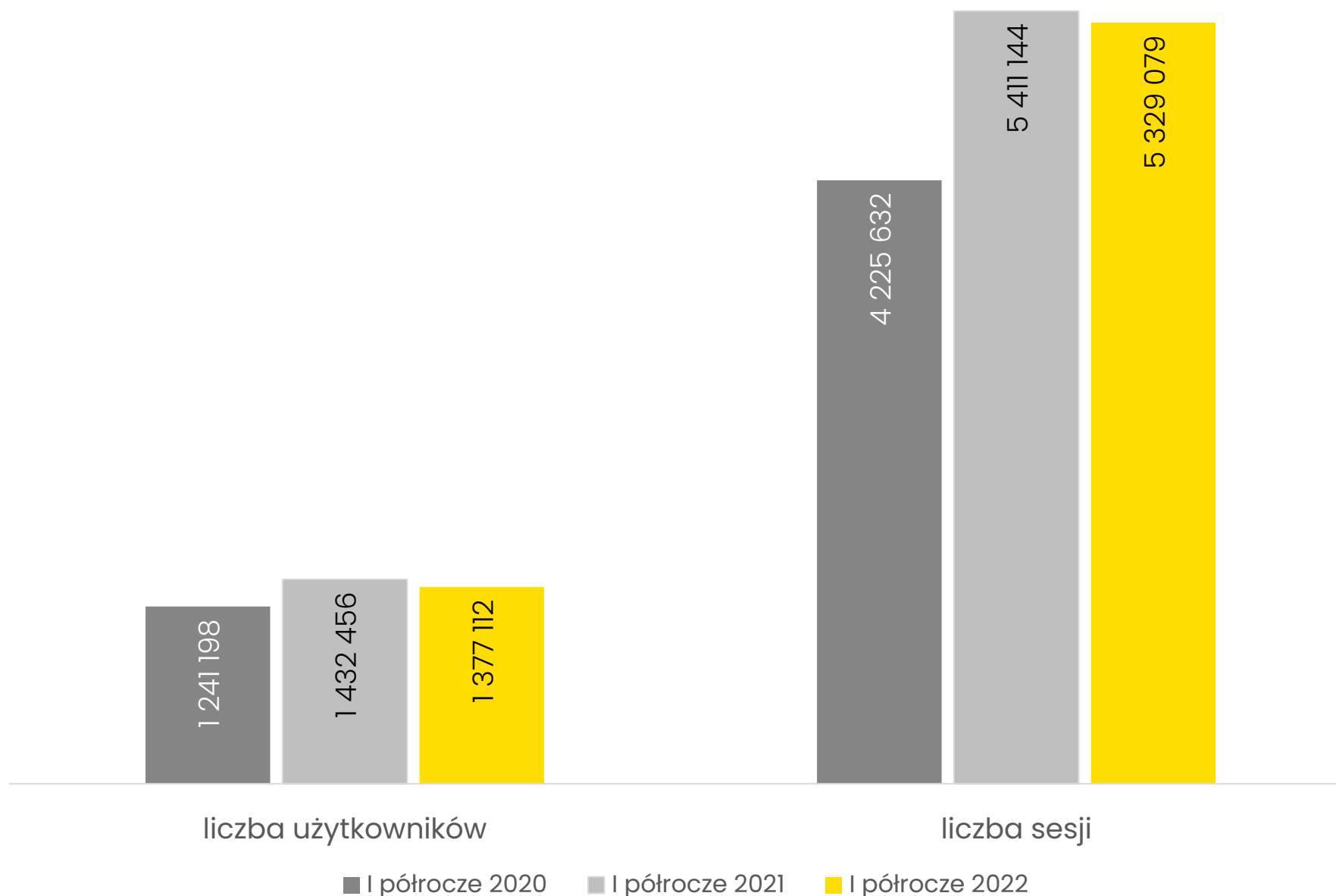
- W 1H 2022 r. dynamiczny wzrost nominalnej marży brutto ze sprzedaży

- Na koniec 1H 2022 r. liczba klientów kluczowych\* wyniosła 20 445, tj. wzrosła o 27,3% rdr.

\* Klient realizujący sprzedaż wyższą niż 1,5 tys. zł mies. w ciągu ostatnich 12 mies.

# TIM S.A. – efektywność segmentu e-commerce

Liczba użytkowników i sesji



**54,55%**

użytkowników pochodzi z ruchu organicznego (SEO)

**+21,87%**

wzrost przychodów z ruchu organicznego w 1H 2022  
(pomimo zdecydowanie słabszego 2Q 2022)

**+8,89%**

wzrost wartości współczynnika konwersji w 1H 2022

# Nagroda e-Commerce Polska awards 2022 dla TIM-u i partnerów



## Best adaptation to new digital reality B2B

### Rich content

- Zastępuje tradycyjną kartę produktu (zdjęcie produktu i tekstowy opis z wymienieniem najważniejszych parametrów).
- Dostarcza klientowi w atrakcyjnej, interaktywnej formie kompletną wiedzę o produkcie, co pomaga podjąć decyzję zakupową.
- Rich content dla fischer na TIM.pl pionierskim wdrożeniem tak innowacyjnej komunikacji produktów budowlanych na platformie e-commerce B2B w Polsce.
- Po wdrożeniu dla pierwszej partii 118 produktów fischer na TIM.pl:
  - +45% przychodów ze sprzedaży,
  - +58% średniego czasu spędzonego przez użytkowników na stronie produktu,
  - 91% współczynnika odrzuceń.



Od lewej: Maciej Tomaszuk – CEO Custommerce, Marcin Nowicki – Kierownik Zespołu Zarządzania Produktem TIM S.A.

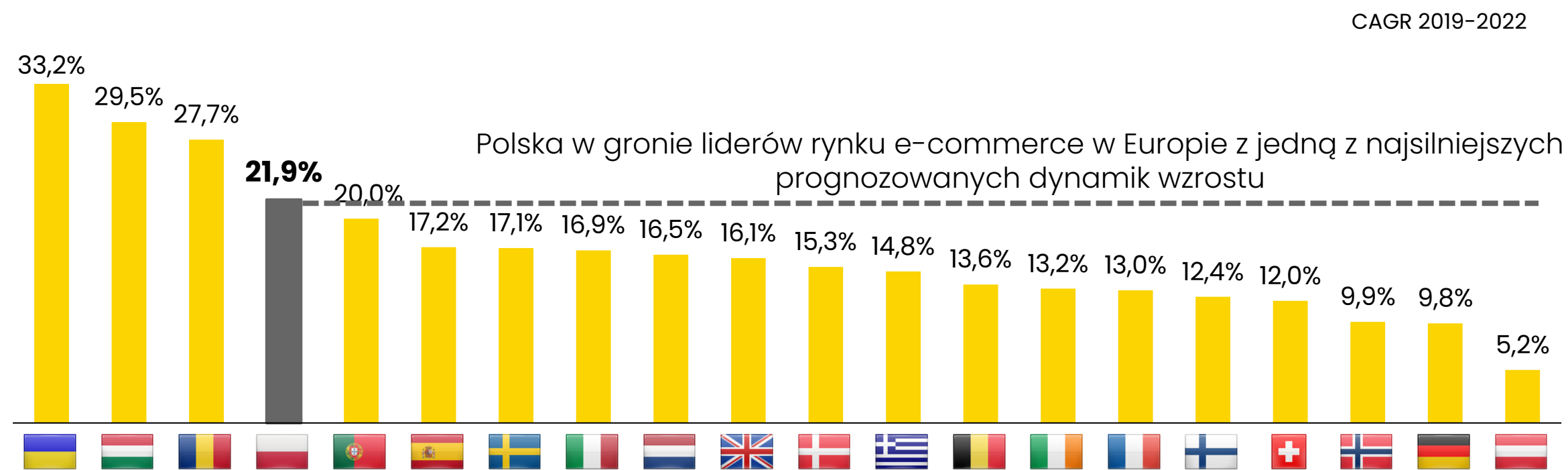


MOSCA  
EXCELLENCE IN STRAPPING SOLUTIONS

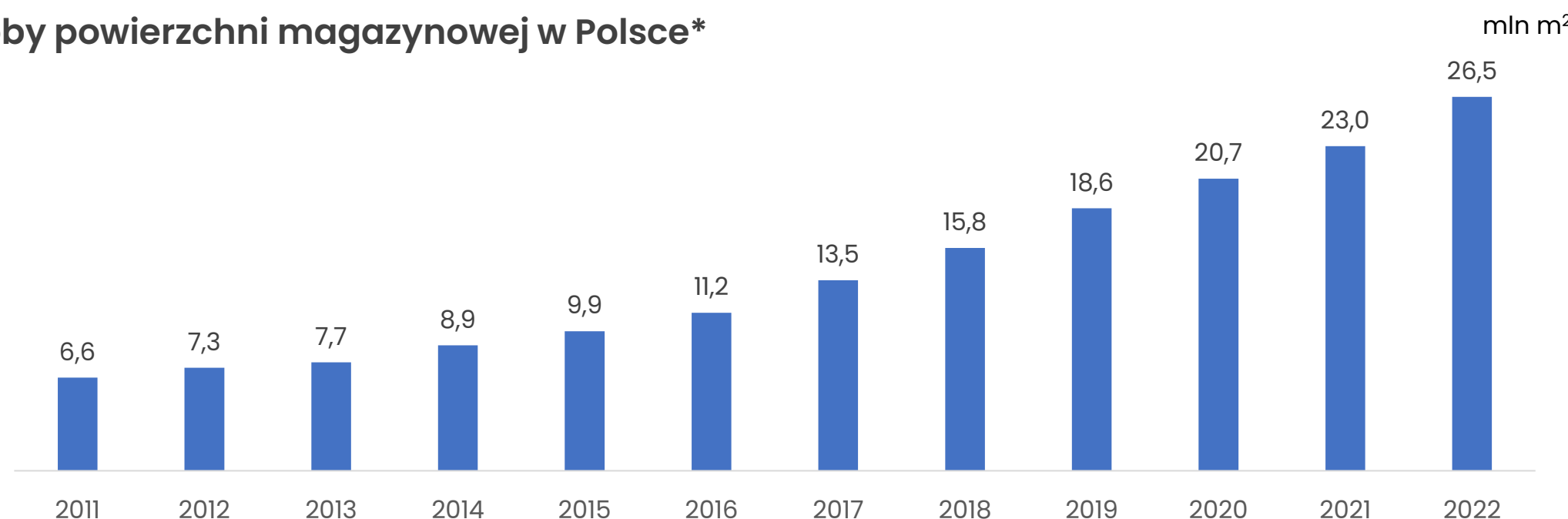
3LP S.A.

# Rosnący popyt na powierzchnie magazynowe w Polsce wspierane rozwijającym się **e-commerce** i **nearshoringiem**

Prognozowana dynamika wzrostu rynku e-commerce\*



Zasoby powierzchni magazynowej w Polsce\*



Zmiana przyzwyczajeń konsumentów wspiera wzrost e-commerce i szybką digitalizację zakupów biznesowych

**12%** (do 162 mld PLN w 2026) – szacowany CAGR wzrostu sprzedaży dóbr online w Polsce w latach 2020-2026

Rozwój e-commerce kluczowym czynnikiem wzrostu popytu na powierzchnię magazynową oraz usługi logistyczne

**Szacunkowy udział e-commerce przekracza 1/3 całkowitego popytu na powierzchnię magazynową na polskim rynku**

Dodatkowy czynnik wzrostu to zmiana łańcuchów dostaw w skali świata, spowodowane pandemią i wojną na Ukrainie. Nearshoring, który skraca łańcuchy dostaw, zwiększa popyt na usługi logistyczne w Europie i Polsce.

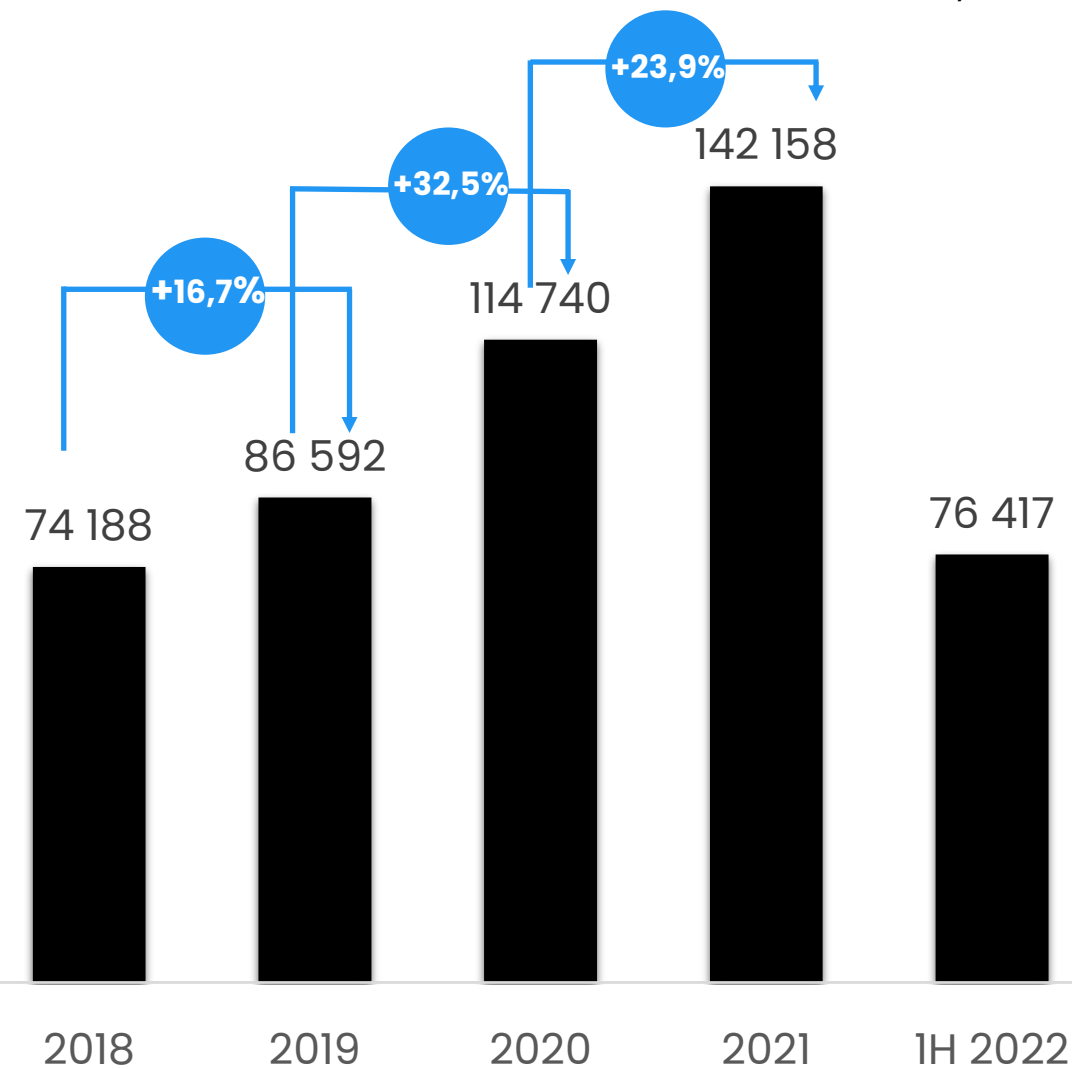
\* Euromonitor, Cushman & Wakefield

\*\* Dane na koniec 3Q2021, prognoza

# Rosnąca dywersyfikacja przychodów

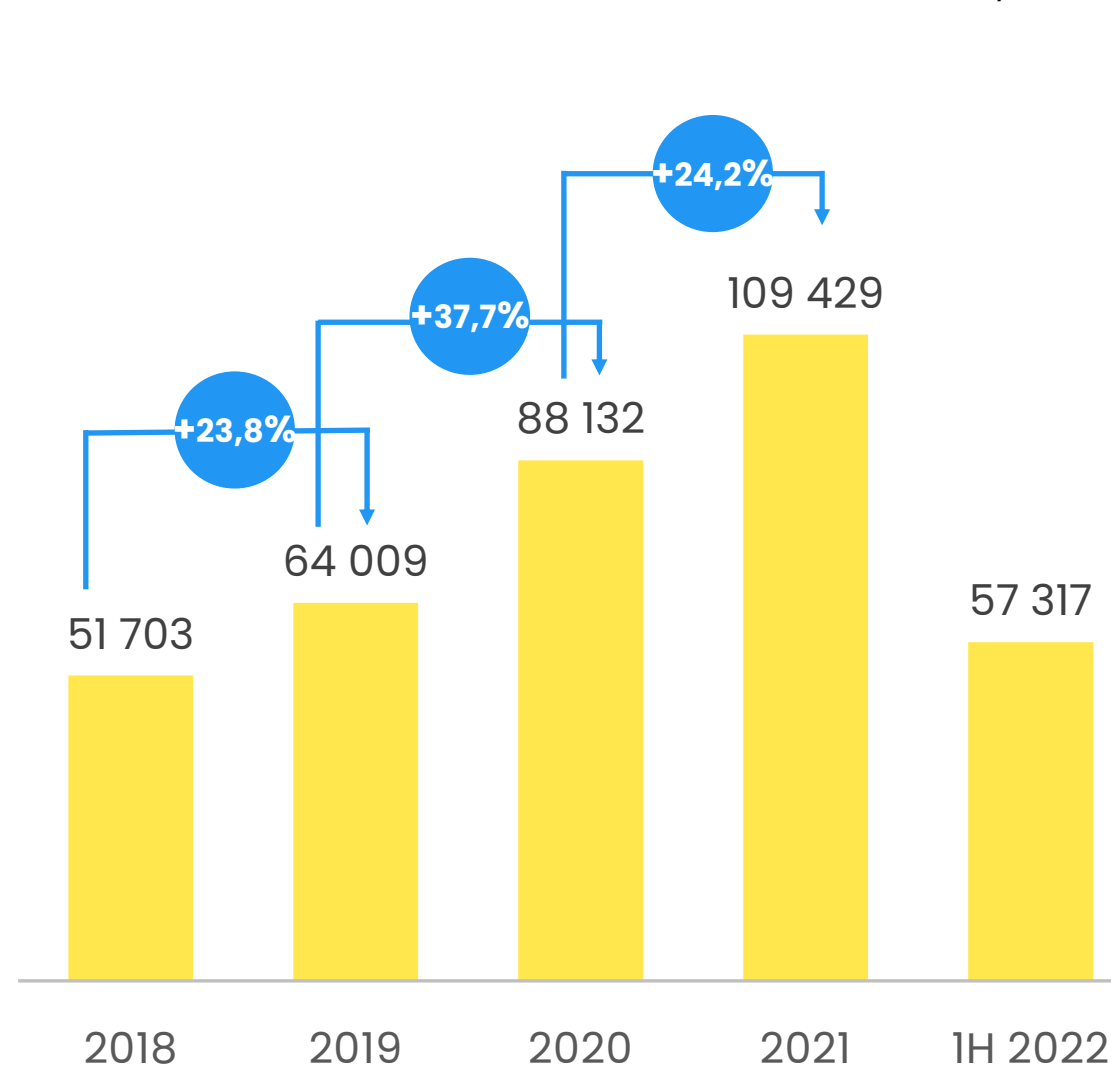
## Przychody całkowite

tys. zł



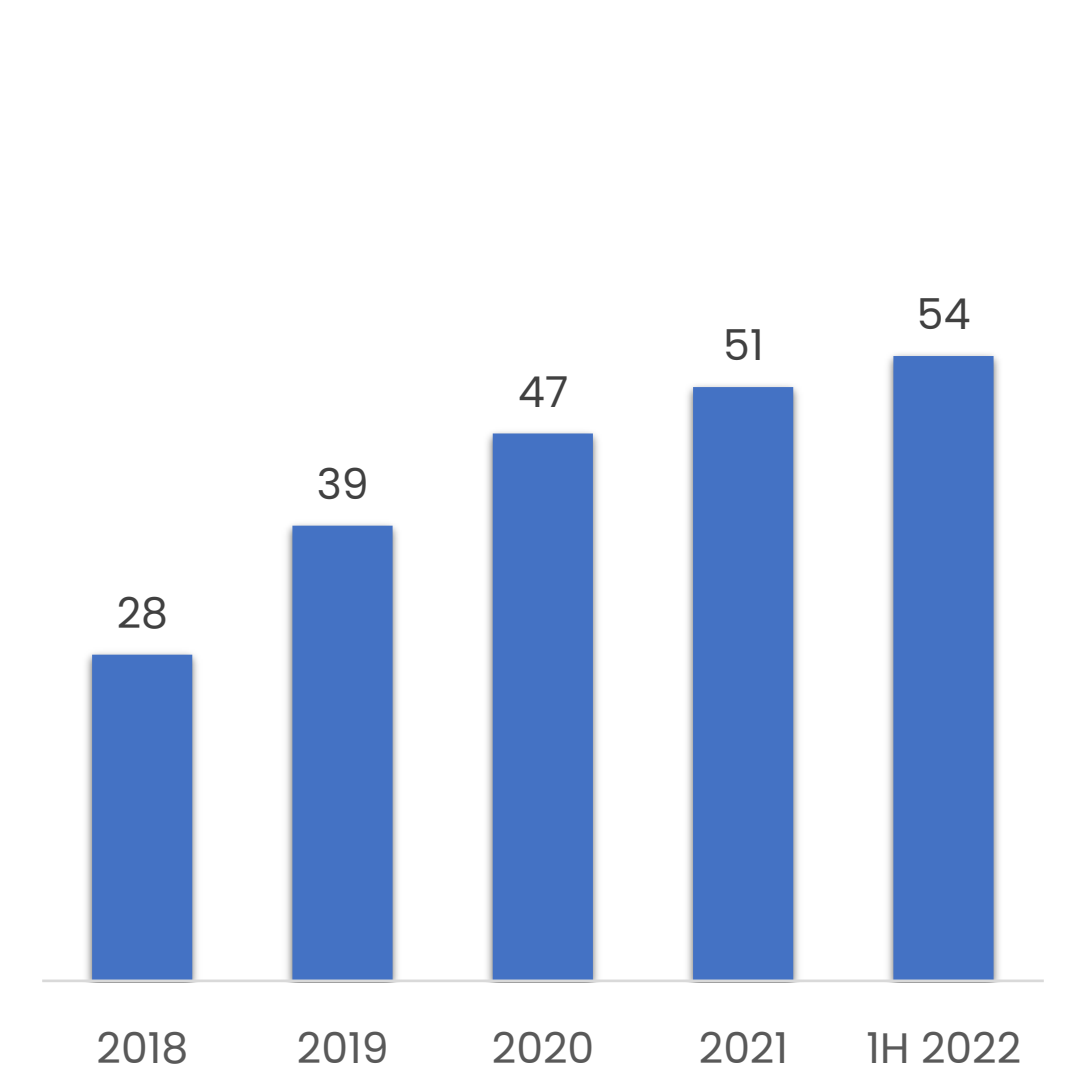
## Przychody z usług fulfillmentu

tys. zł



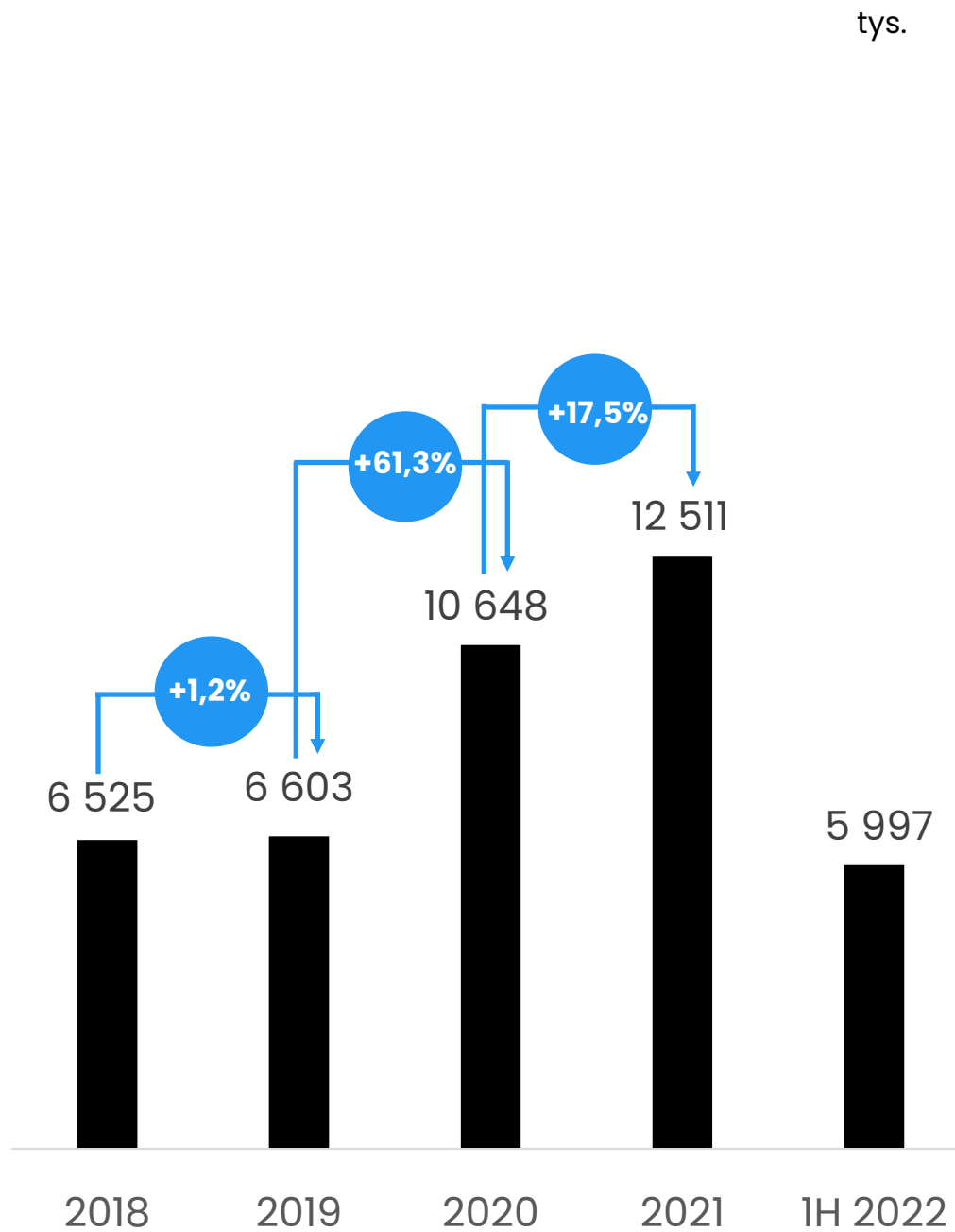
## Udział przychodów z fulfillmentu poza GK TIM

%

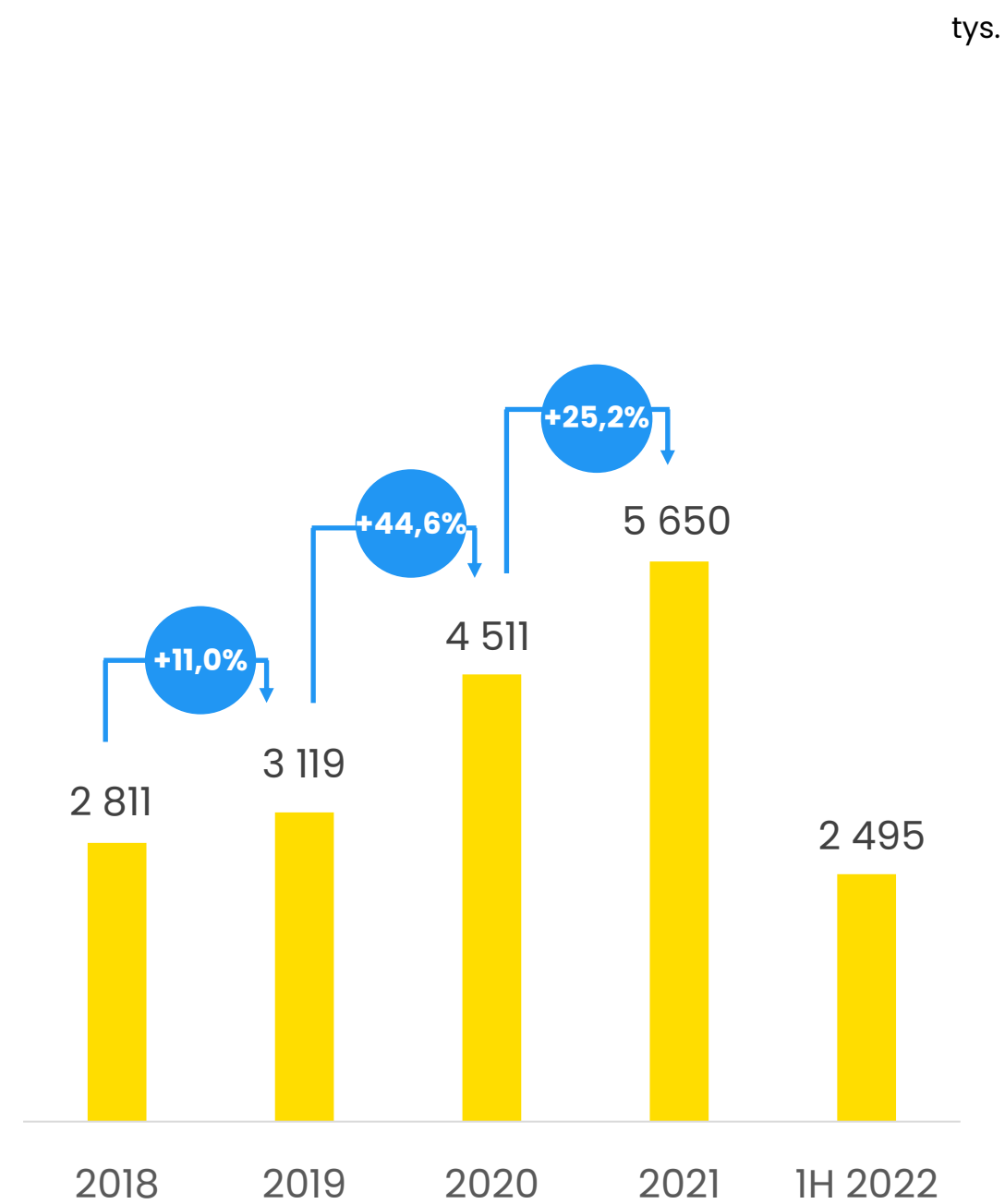


# Dynamiczny wzrost skali biznesu

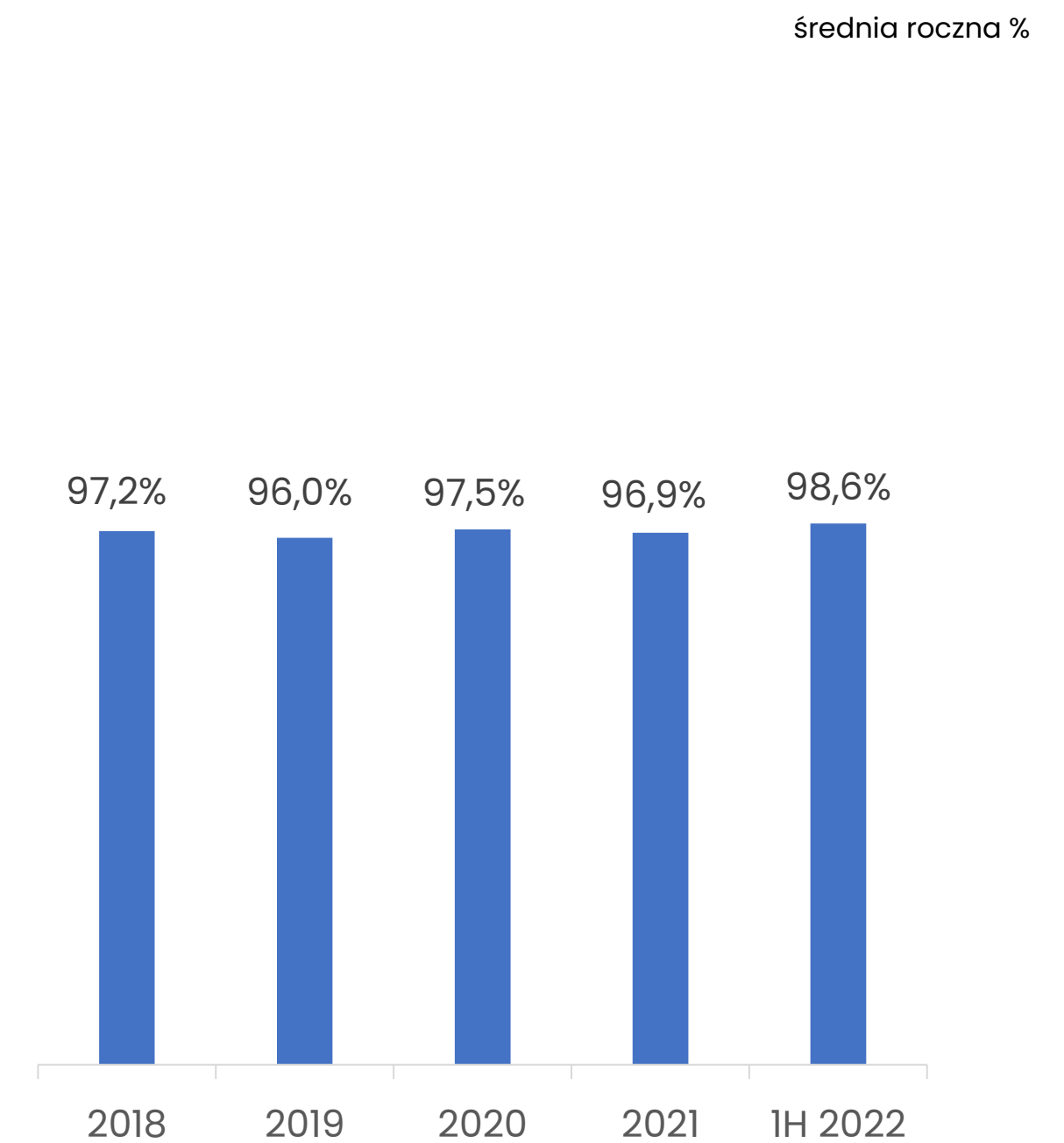
## Liczba zrealizowanych linii zamówień



## Liczba wysyłek (paczki + palety)



## Terminowość dostaw

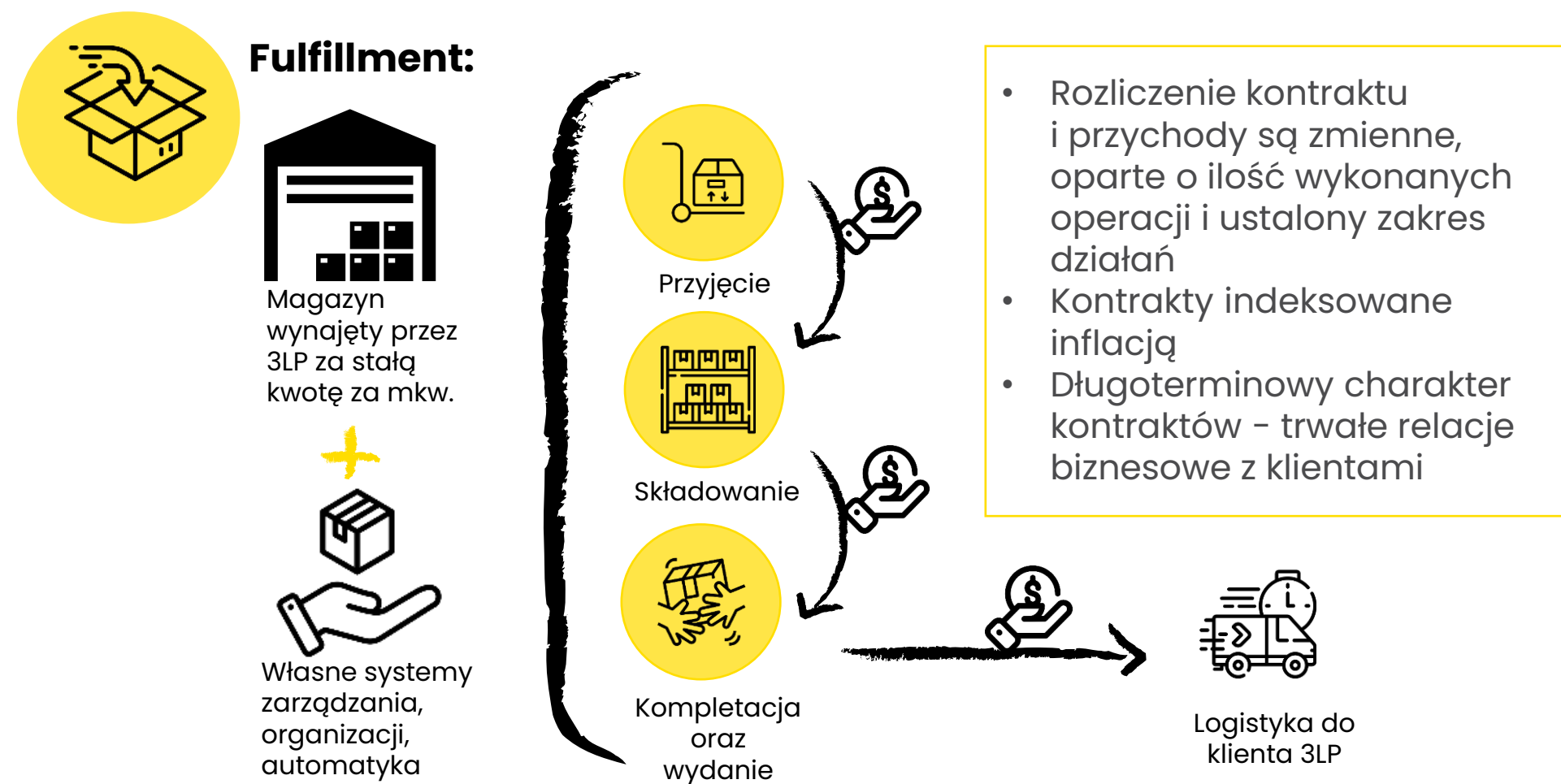


# 3LP zapewnia klientom mid market efektywność operacyjną i kosztową

Rodzaje firm działających w e-commerce korzystających z usług fulfillmentu

największe firmy e-commerce
<ul style="list-style-type: none"> <li>własne zasoby pozwalające na wybór automatyki i zaplanowanie procesów logistycznych</li> <li>najczęściej outsourcuje operacje logistyczne we własnym zautomatyzowanym magazynie</li> <li>niższa marżowość takiej formy outsourcingu</li> </ul>
mid market - średnie firmy e-commerce i tradycyjni offline retailerzy
<ul style="list-style-type: none"> <li>brak know-how i skali pozwalającej na własną automatykę</li> <li>wydzielenie procesów logistycznych do zewnętrznego operatora optymalnym rozwiązaniem</li> <li><b>klienci firm fulfillmentowych, tj. 3LP</b></li> </ul>
małe firmy e-commerce
<ul style="list-style-type: none"> <li>skala lub specyfika produktu działania nie uzasadnia zastosowania automatyki</li> <li>logistyka realizowana samodzielnie lub outsourcowana do podmiotów niezautomatyzowanych</li> </ul>

Fulfillment 3LP skrojony pod mid market - model rozliczeń oparty o wynagrodzenie zmienne dopasowane do specyfiki działalności klienta



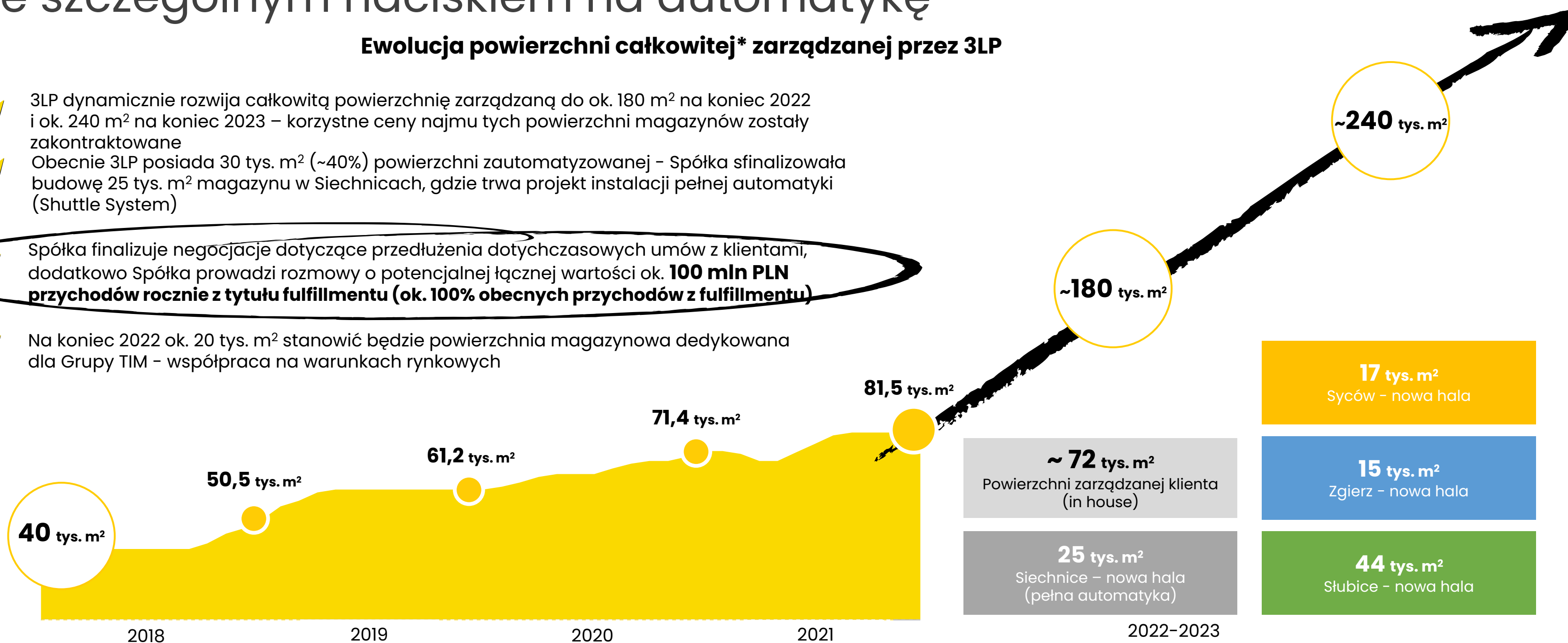
Pozostałe usługi 3LP

- Usługi transportowe**  
Świadczone są głównie dla TIM i obejmują zarządzanie flotą samochodową spedytora, godzinami przyjazdu i odjazdu oraz wypełnieniem aut
- Magazyny buforowe**  
Nieregularne usługi magazynowania buforowego, ułatwiające klientom zarządzanie zapasami

# 3-krotne zwiększenie całkowitej powierzchni zarządzanej 3LP w 2023, ze szczególnym naciskiem na automatykę

## Ewolucja powierzchni całkowitej\* zarządzanej przez 3LP

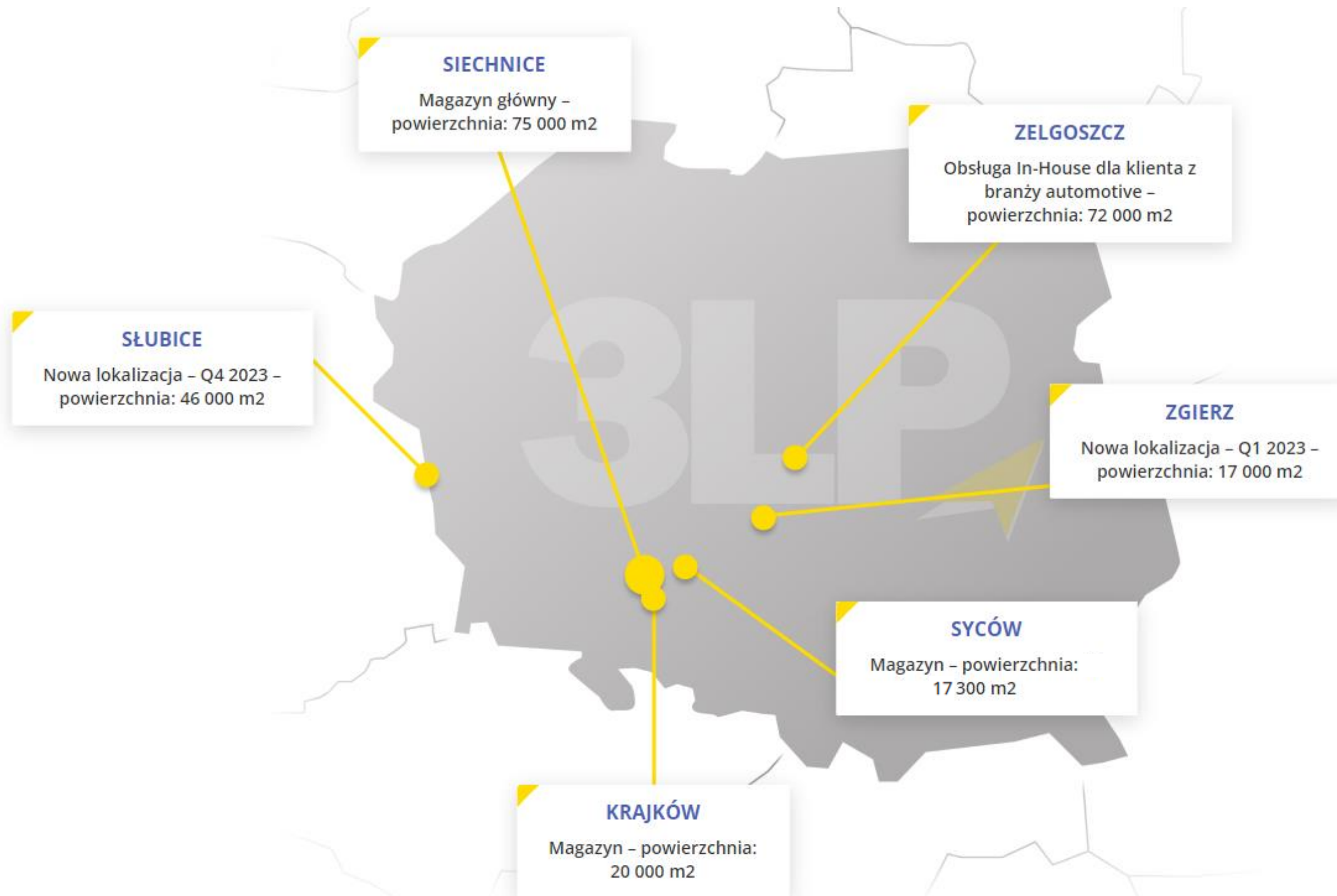
- 3LP dynamicznie rozwija całkowitą powierzchnię zarządzaną do ok. 180 m<sup>2</sup> na koniec 2022 i ok. 240 m<sup>2</sup> na koniec 2023 – korzystne ceny najmu tych powierzchni magazynów zostały zakontraktowane
- Obecnie 3LP posiada 30 tys. m<sup>2</sup> (~40%) powierzchni zautomatyzowanej – Spółka sfinalizowała budowę 25 tys. m<sup>2</sup> magazynu w Siechnicach, gdzie trwa projekt instalacji pełnej automatyki (Shuttle System)
- Spółka finalizuje negocjacje dotyczące przedłużenia dotychczasowych umów z klientami, dodatkowo Spółka prowadzi rozmowy o potencjalnej łącznej wartości ok. **100 mln PLN przychodów rocznie z tytułu fulfillmentu (ok. 100% obecnych przychodów z fulfillmentu)**
- Na koniec 2022 ok. 20 tys. m<sup>2</sup> stanowić będzie powierzchnia magazynowa dedykowana dla Grupy TIM – współpraca na warunkach rynkowych



\*Powierzchnia całkowita na początek przedstawianych okresów odnosi się do powierzchni magazynowej zarządzanej przez Spółkę, natomiast niekoniecznie musi być w całości skomercjalizowana i tym samym generować przychody.



# Strategia rozwoju

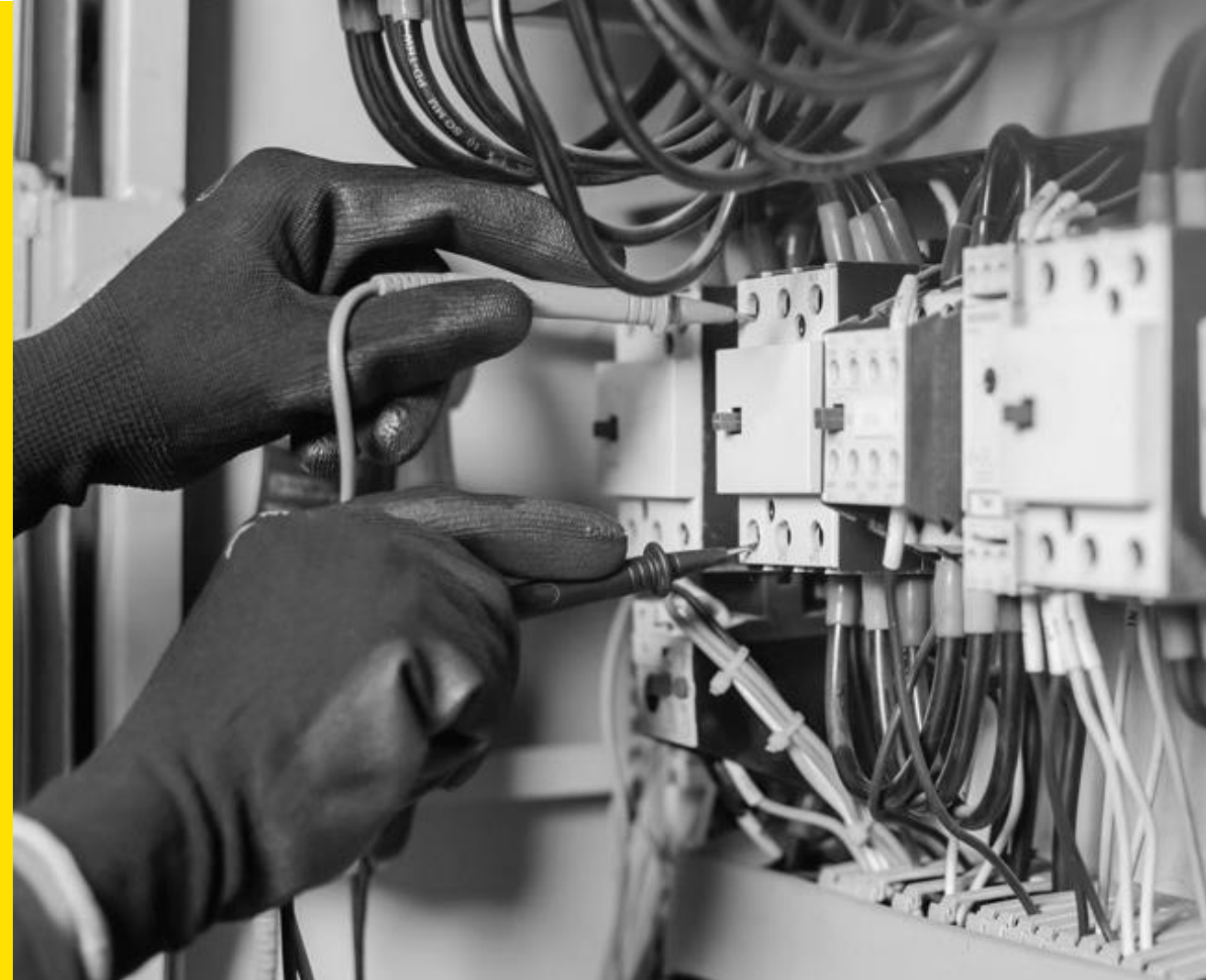




# Decyzje strategiczne Grupy TIM

DECYZJE STRATEGICZNE GRUPY TIM  
W II POŁOWIE 2022 R.

- 1. Rezygnacja  
z IPO 3LP S.A.**
- 2. Przegląd opcji  
strategicznych**



# Zastrzeżenia prawne

Zapoznanie się z treścią niniejszej Prezentacji („Prezentacja”) lub udział w spotkaniu, na którym Prezentacja jest przedstawiana lub omawiana uznaje się za akceptację treści poniższego zastrzeżenia prawnego.

Prezentacja została przygotowana przez TIM S.A. z siedzibą we Wrocławiu („TIM” lub „Spółka”) wyłącznie w celach informacyjnych. Ani Prezentacja, ani jakakolwiek kopia Prezentacji nie może być powielana, rozpowszechniana ani przekazywana, bezpośrednio lub pośrednio, w jakikolwiek celu bez pisemnej zgody Spółki.

Niniejsza Prezentacja nie stanowi rekomendacji inwestycyjnej bądź informacji rekomendującej lub sugerującej strategię inwestycyjną. Niniejsza Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej lub handlowej TIM ani Grupy Kapitałowej TIM („Grupa TIM”), jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. Spółka przygotowała Prezentację z należytą starannością, jednak może ona zawierać pewne nieścisłości lub uogólnienia. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie jakichkolwiek papierów wartościowych wyemitowanych przez Spółkę lub jej spółki zależne opierała się na informacjach ujawnionych w raportach Spółki, sporządzonych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży ani zaproszenia do składania oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów lub uczestnictwa w jakimkolwiek przedsięwzięciu handlowym.

Prezentacja oraz zawarte na niej obiekty graficzne, informacje, dane oraz ich opisy mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości. Jednakże, takie stwierdzenia nie mogą być odbierane jako zapewnienie czy projekcje co do oczekiwanych przyszłych wyników Grupy TIM lub spółek Grupy TIM. Prezentacja nie może być rozumiana jako prognoza przyszłych wyników TIM i Grupy TIM.

Należy zauważyć, że tego rodzaju stwierdzenia, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwań co do przyszłych wyników finansowych, nie stanowią gwarancji czy zapewnienia, że takie zostaną osiągnięte w przyszłości. Informacje przekazywane przez przedstawicieli Spółki są oparte na bieżących oczekiwaniach lub poglądach przedstawicieli Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki osiągnięte przez Spółkę będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza wiedzą, świadomością i/lub kontrolą Spółki czy możliwością ich przewidzenia przez Spółkę.

TIM, spółki należące do Grupy TIM, ani członkowie jej organów, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy, akcjonariusze lub przedstawiciele takich osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z wykorzystania Prezentacji. Ponadto żadne informacje zawarte w Prezentacji nie stanowią zobowiązania ze strony Grupy TIM, Spółki jej przedstawicieli, akcjonariuszy, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób. Dane statystyczne lub informacje dotyczące rynku na którym działa Spółka, Grupa TIM lub spółki należące do Grupy TIM, wykorzystane w niniejszej prezentacji zostały pozyskane ze źródeł publicznych lub wskazanych w treści Prezentacji i nie zostały poddane dodatkowej lub niezależnej weryfikacji.

Grupa TIM i spółki należące do Grupy TIM, ani członkowie jej organów, jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy, akcjonariusze lub przedstawiciele takich osób nie są zobowiązani do przekazywania odbiorcom Prezentacji bądź do wiadomości publicznej dodatkowych informacji, jak również aktualizowania jej treści.

Prezentacja podlega ochronie wynikającej z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

# Dziękujemy za uwagę i zapraszamy do kontaktu

## Kontakt

Michał Kostrowicki  
TIM S.A.  
Ul. Jaworska 13  
53-612 Wrocław  
[m.kostrowicki@tim.pl](mailto:m.kostrowicki@tim.pl)  
+48 726 004 981

