



# PODSUMOWANIE WYNIKÓW ROCZNYCH ZA 2021 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

---

Rynki działalności

---

Wyniki finansowe

---

3LP S.A.

---

Kluczowe aktywności



O NAS

**1987**  
Wrocławskie Zakłady  
Przemysłowe  
Wieloletni partner  
TIM-u w ramach którego  
została utworzona firma  
KAPITAŁOWA TIM SA

**1998**  
Wrocławskie Zakłady  
Przemysłowe  
Wieloletni partner  
TIM-u w ramach którego  
została utworzona firma  
KAPITAŁOWA TIM SA

**2011**  
Narodziła się Grupa Kapitałowa TIM  
TIM SA stała się niezależnym  
związkiem przedsiębiorstw SA  
z siedzibą w Siechnicach


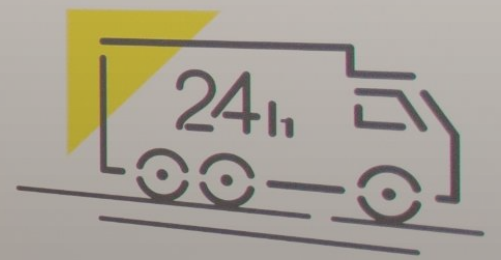
**2013**  
Narodził się TIM.pl  
Początek e-sklepu TIM SA.  
Początkowo pod adresem sklep.tim.pl,  
a następnie - www.tim.pl

**2014**  
Rebranding  
Pierwsza w historii zmiana logotypu  
i identyfikacji wizualnej - symboliczne  
podkreślenie przejścia z epoki handlu  
tradycyjnego do modelu hybrydowego.  
Siedziba powraca do Wrocławia.

**2008**  
Z Wrocławia do Siechnic  
W przedsiębiorstwie grmine rusza nowoczesne  
centrum logistyczne, które skróciło znacznie  
obrotowy kierunek TIM-u z całej Polski.  
Do Siechnic (nie 6 lat) przenosi się także  
siedziba TIM SA.

**2016**  
Logistyczne zmiany  
Rusza pierwsza rozbudowa centrum  
logistycznego w Siechnicach. Operatorem  
obiektu zostaje 3LP SA - nowa spółka  
w Grupie Kapitałowej TIM.

**2018**  
70 x 2  
Udział sprzedaży poprzez TIM.pl  
w obrotach TIM-u na stałe przekracza  
70%. W październiku miesięczne  
przychody ze sprzedaży przebijają  
barierę 70 mln zł.



## Grupa TIM w pigułce

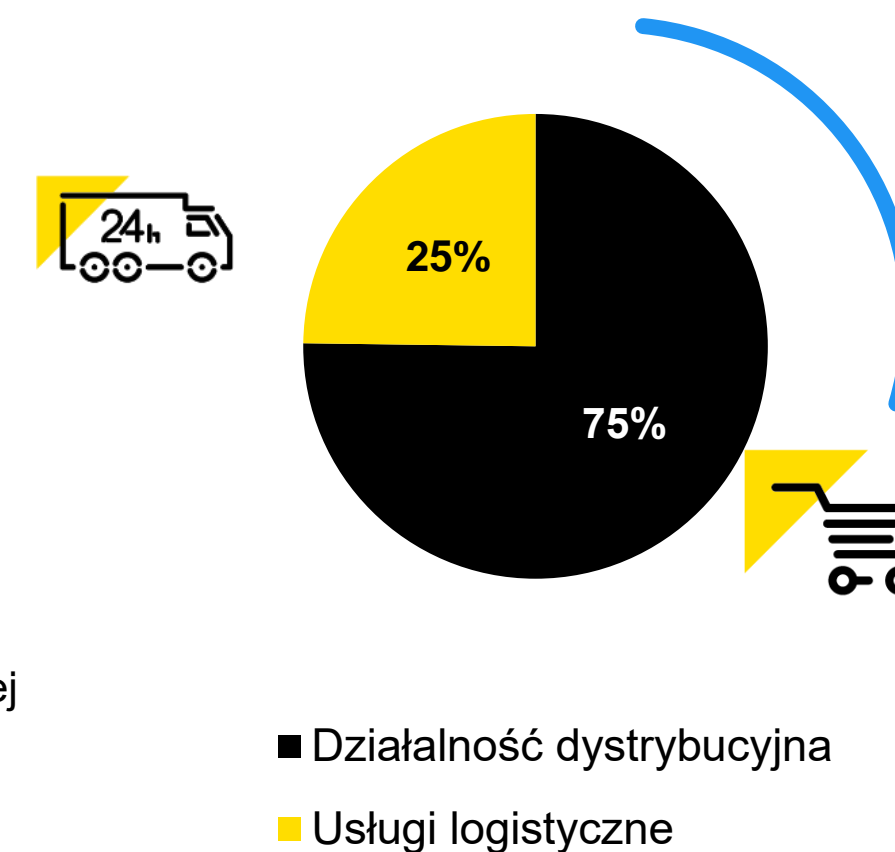


- **Lider e-commerce B2B w Polsce**
- Ambitny plan rozwoju Grupy bazujący na dwóch synergicznych filarach
- Rosnące wyniki finansowe i niski poziom zadłużenia
- Atrakcyjna polityka dywidendowa



- **Dynamicznie rosnący gracz na rynku usług dla e-commerce**
- Inwestycje w zakresie rozbudowy powierzchni 3LP skokowo zwiększające skalę biznesu
- Silna ekspozycja na sektor e-commerce (infrastruktura wyspecjalizowana w obsłudze logistycznej klientów z tego sektora)
- IPO i nowe kierunki biznesowe

### EBITDA 2021 GK TIM wg linii biznesowych:



## Podsumowanie roku 2021

1

### Najlepsze roczne wyniki finansowe w historii Grupy TIM

- 1 314 mln zł przychodów (+35%\* r/r),
- 145 mln zł EBITDA (+96%\*\* r/r),
- 92 mln zł zysku netto (+191%\*\* r/r)

2

### Przyjęta polityka dywidendowa oraz wypłata rekordowej dywidendy w 2021 rok

- Polityka zakładająca wypłaty dywidend w wysokości 1 zł na akcje (22,2 mln zł) + 50% nadwyżki zysku netto TIM powyżej kwoty 22,2 mln zł,
- 49 mln zł wypłaconej dywidendy w 2021 r.

3

### Realizacja średnioterminowej strategii TIM na lata 2019-2021

- 1 252 mln zł rocznych przychodów w 2021 r., CAGR: 19%,
- 8,7% - rentowność EBITDA

4

### 3LP S.A.

- IPO,
- Budowa nowej hali 25 tys. mkw. + automatyka,
- Strategia dalszego dynamicznego rozwoju

\*dynamika z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży Rotopino.pl w 2020 r.

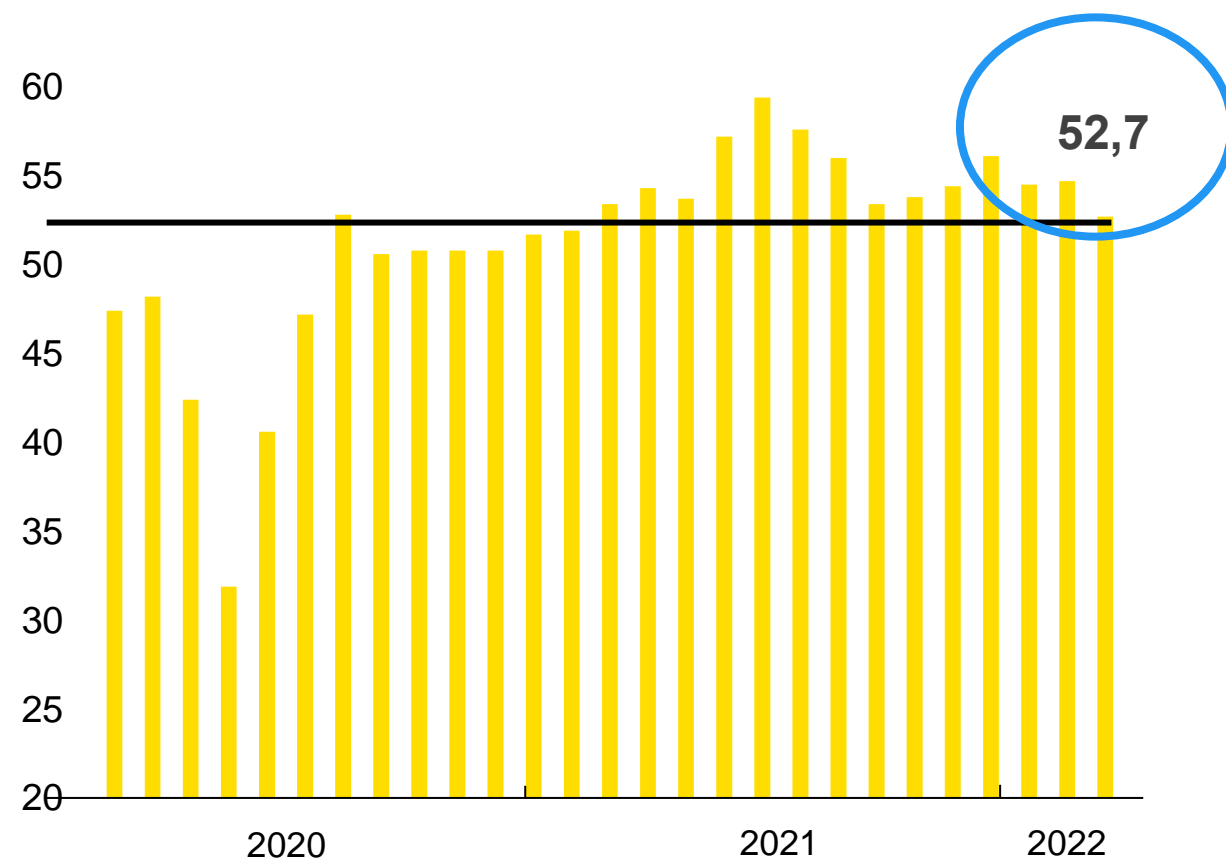
\*\* z wyłączeniem zysku ze sprzedaży akcji Rotopino.pl w 2020 r.



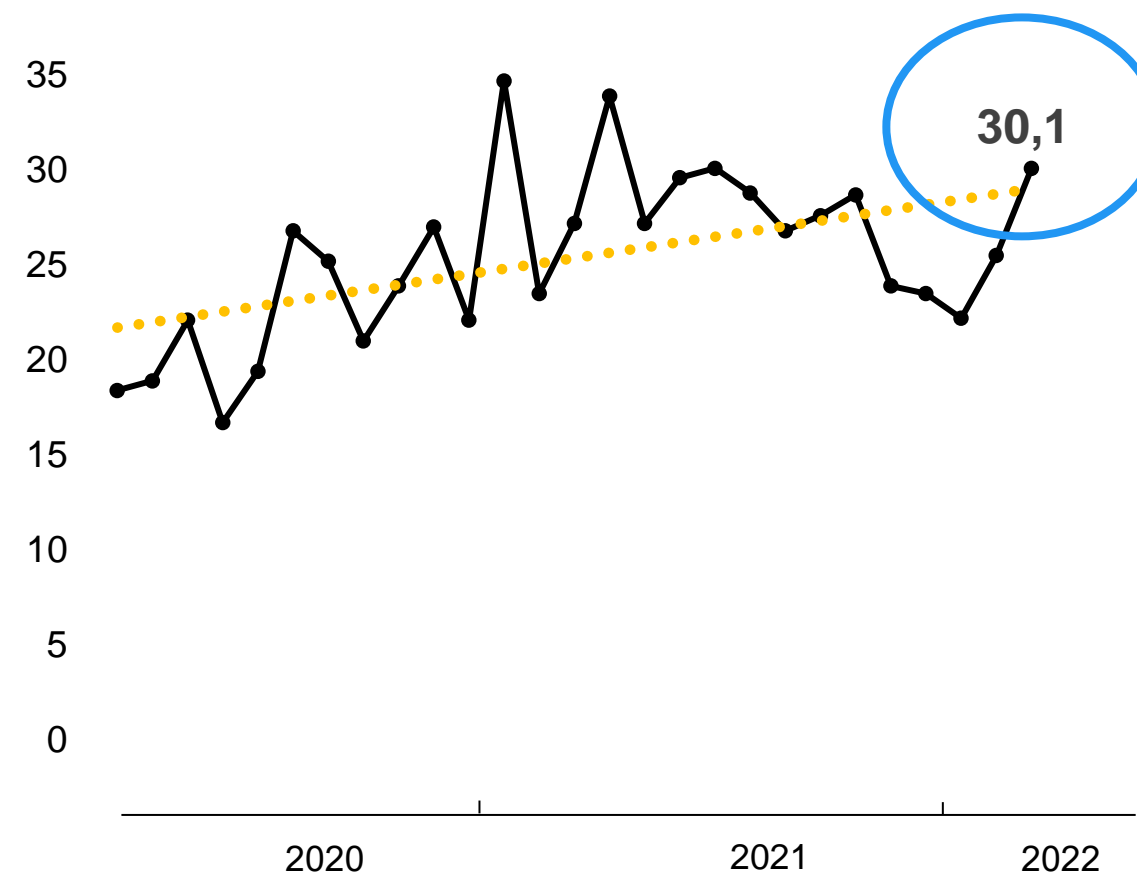
# RYNKI DZIAŁALNOŚCI

## Korzystne perspektywy w gospodarce

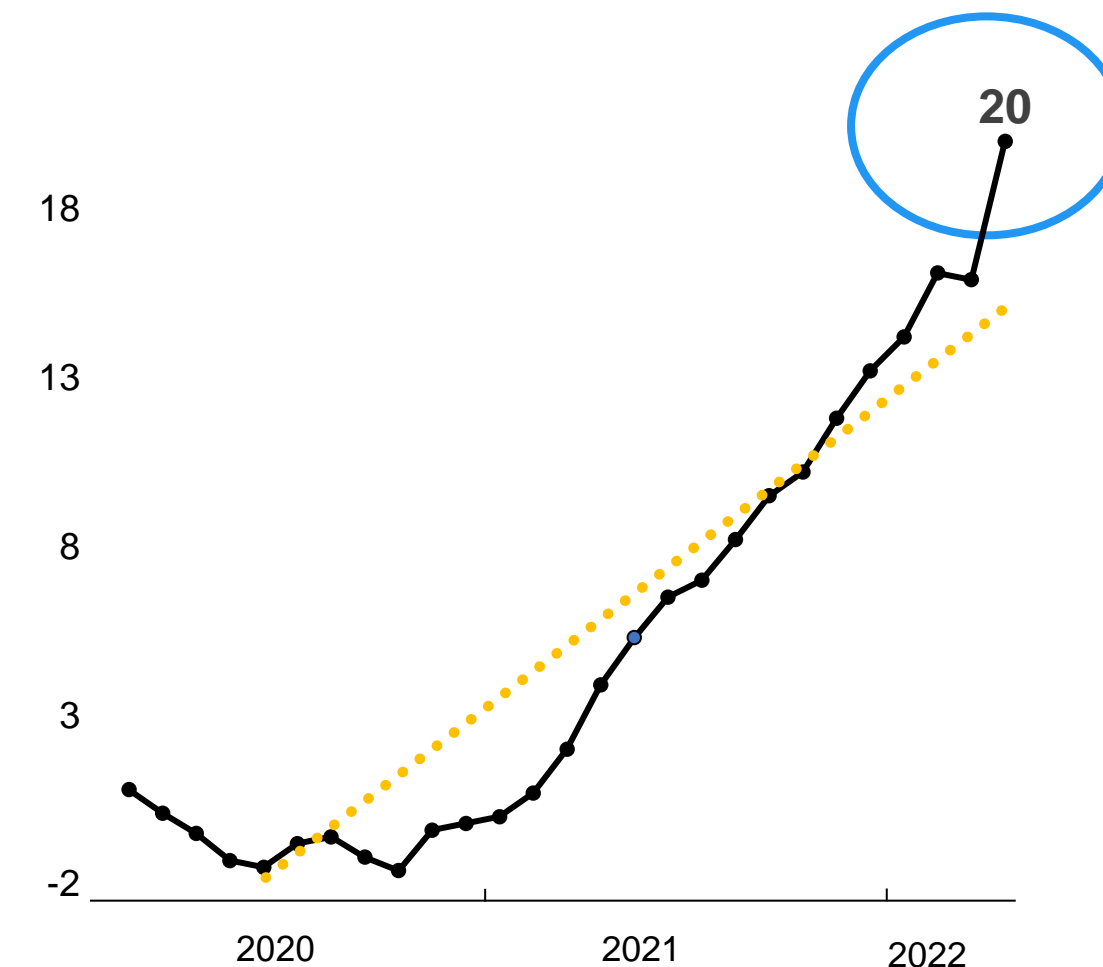
Wskaźnik PMI dla polskiej gospodarki\*



Liczba wydanych pozwoleń na budowę mieszkań (tys.)\*\*



Wskaźnik cen inflacji produkcyjnej PPI (%)\*\*



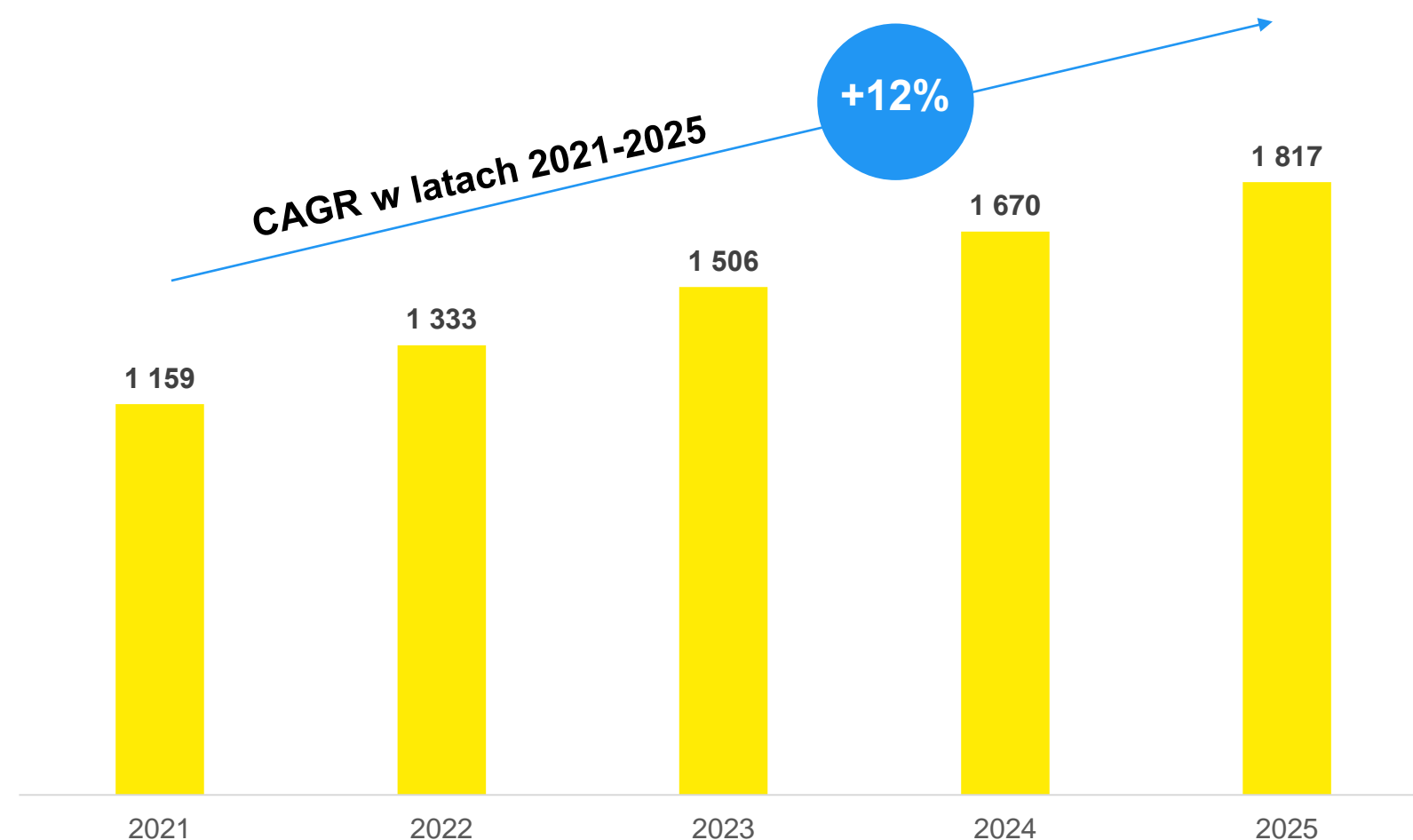
- Dane makro wskazują na dobre warunki do dalszego dynamicznego rozwoju TIM S.A. i 3LP S.A.
- Dynamiczny wzrost inflacji produkcyjnej w 2021 r. wynikał z odbudowy popytu w globalnej gospodarce, deficytu na rynkach surowcowych oraz wzrostu cen energii.

\* źródło: Markit Economics, \*\* źródło: GUS

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

Konsumeryzacja B2B – w perspektywie 5 do 10 lat strony internetowe dedykowane dla użytkownika B2C i dla użytkownika B2B będą trudne do rozróżnienia\*\*

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



Wartość rynku e-commerce B2B w Europie (2025 r.)\*\*

**2 bln USD**

**87%**

Polaków korzysta z internetu\*

**58,7%**

polskich konsumentów deklaruje, że co tydzień kupuje coś online\*

**76%**

europejskich firm działających w B2B spodziewa się co najmniej stabilnego wzrostu sprzedaży w 2022+\*\*

**80%**

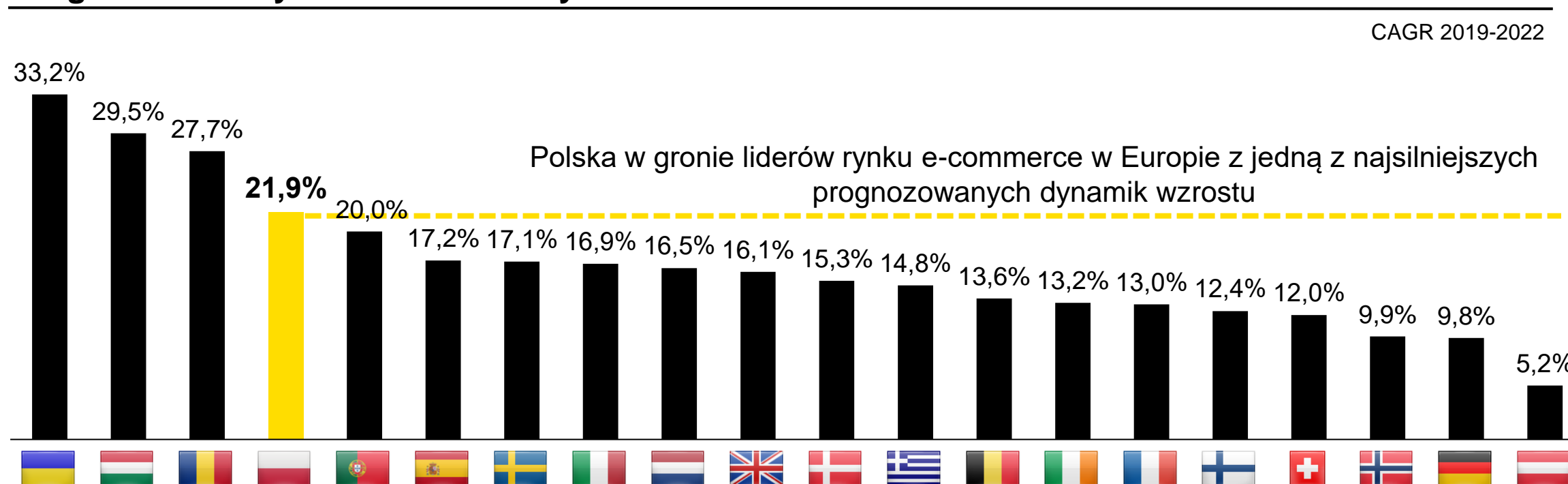
pokolenia Z w USA używa telefonów komórkowych do składania zamówień w e-commerce B2B\*

\* "Digital 2022. Global overview report.", we are social, Hootsuite, 2022

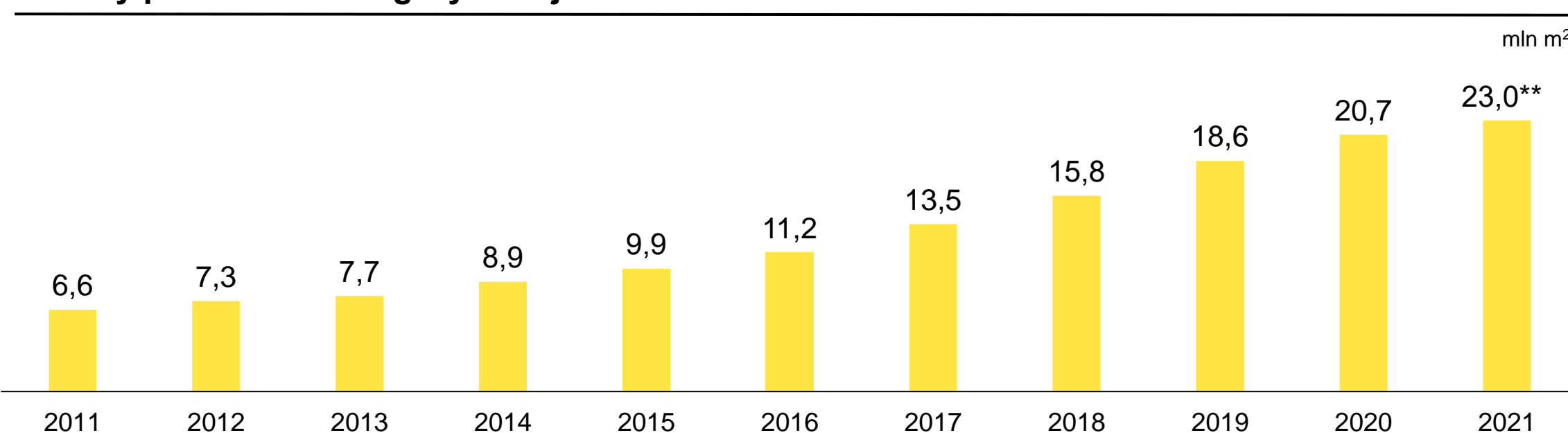
\*\* [digitalcommerce360.com](https://www.digitalcommerce360.com)

## Rosnący popyt na powierzchnie magazynowe w Polsce wspierane dynamicznie rozwijającym się e-commerce

### Prognozowana dynamika wzrostu rynku e-commerce\*



### Zasoby powierzchni magazynowej w Polsce\*



Zmiana przyzwyczajeń konsumentów wspiera dynamiczny 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

**40%** (do ok. 637 mld PLN) - szacowana dynamika wzrostu e-commerce B2B w Polsce w 2021 r. r/r

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**

Pandemia potwierdziła, że sprawne procesy logistyczne są fundamentem efektywnej działalności w e-commerce

\* Euromonitor, Cushman & Wakefield

\*\* Dane na koniec 3Q2021, prognoza

## Dynamiczny rozwój fulfillmentu w Polsce napędzany silnym popytem e-commerce i trendami rynkowymi

### Polski rynek fulfillmentu na wczesnym etapie rozwoju

Rozdrobiony rynek usług fulfillmentu w Polsce:

Third Party Logistics - niezależny pełny fulfillment  
(kluczowa usługa)

Firmy logistyczne

Marketplace  
(Allegro, Amazon)

Dodatkowa usługa

Największe firmy e-commerce'owe posiadające fulfillment wykorzystują go tylko na własne potrzeby

Wiele średnich graczy e-commerce nieposiadających skali pozwalającej na własną obsługę towarów

### 3LP jedną z największych firm z usługami niezależnego pełnego fulfillmentu w Polsce

Pełny fulfillment oferowany przez ok. 10-15 podmiotów w Polsce (ok. 60 podmiotów łącznie)

Firmy oferujące fulfillment w Polsce jako kluczową usługę:

**3LP**

**omnipack**

**IN RAM**  
MICRO

**GXO**  
Logistics at full potential

**MW**  
E-COMMERCE FULFILLMENT

**eCommerce**  
CONNECTIONS

**ID**  
LOGISTICS

**POINT**  
OF VIEW

**NO LIMIT**  
logistyka

### Perspektywa dalszego wzrostu fulfillmentu w Polsce

**30%** polskich firm korzysta z usług magazynowania, kompletowania, pakowania dla towarów (dot. głównie największych firm)\*

**12%** CAGR sprzedaży dóbr online w Polsce w latach 2020-2026

#### Obecne trendy rynkowe dot. fulfillmentu i magazynów:

- zwiększanie zasobów magazynowych,
- nearshoring – lokalizacja produkcji i magazynów w UE,
- bezpieczeństwo - przenoszenie magazynów do krajów NATO,
- operatorzy logistyczni posiadający zakontraktowaną powierzchnie magazynowa beneficjentami deficytu podażowego,
- rosnące zapotrzebowanie na elastyczność obsługi towarów, model performance, magazynowanie buforowe.

\* Raport GS1, Fulfillment w e-commerce; próba 300 firm korzystających z fulfillmentu



# WYNIKI FINANSOWE

## Wybrane wyniki finansowe Grupy TIM

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



**TIM**

**TIM** Grupa Kapitałowa

**3LP**

### Dane jednostkowe:

**1 252 mln zł**

Przychody jednostkowe  
**TIM**

**109 mln zł**

EBITDA jednostkowa  
**TIM**

**142 mln zł**

Przychody jednostkowe  
**3LP – logistyka**

**36 mln zł**

EBITDA jednostkowa  
**3LP – logistyka**

### Dane skonsolidowane GK TIM:

Przychody ze sprzedaży\*:

**1 314 mln zł**

EBITDA\*:

**145 mln zł**

Zysk netto\*:

**92 mln zł**

Aktywa razem\*\*:

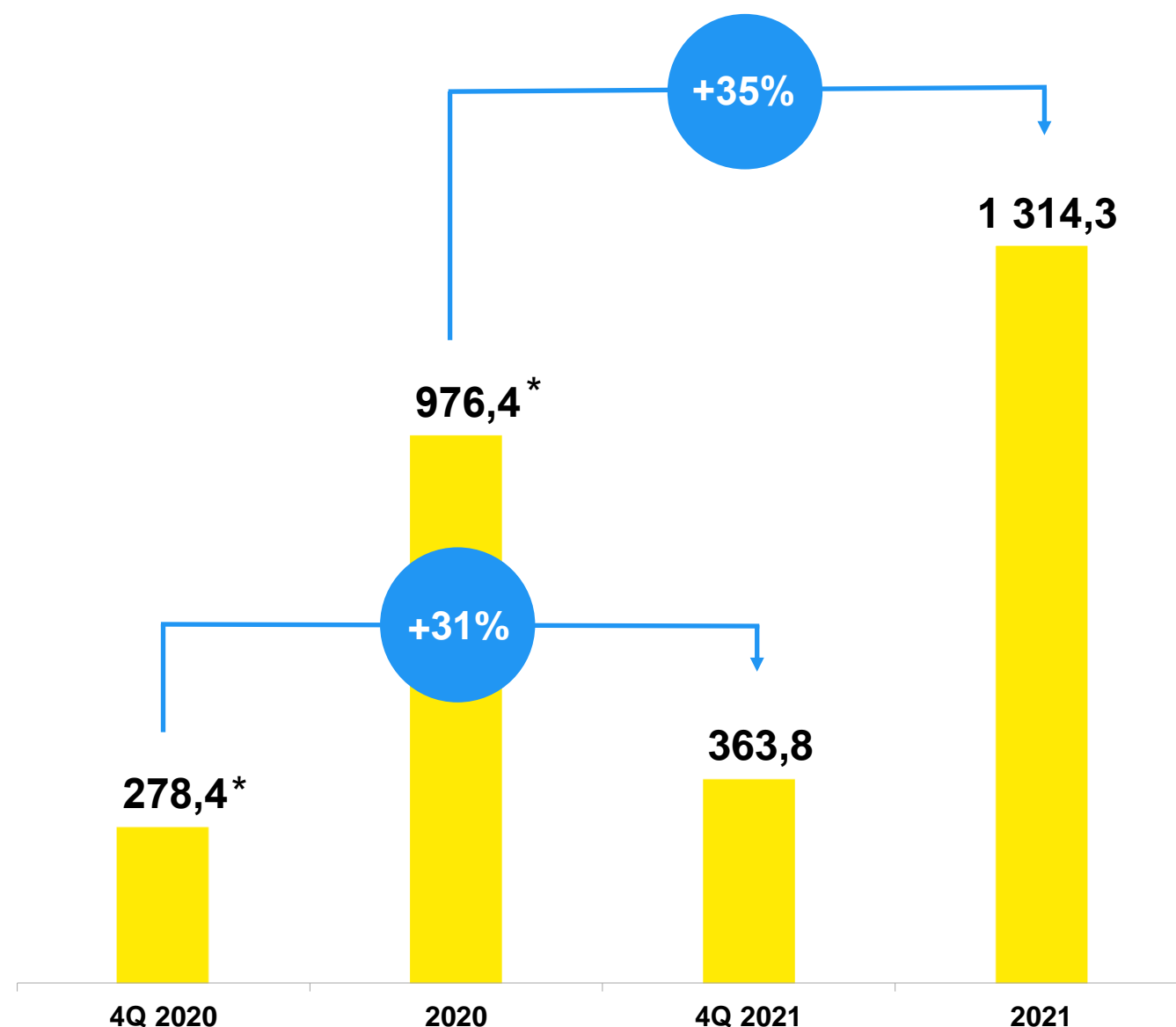
**537 mln zł**

\* Dane za 2021 rok

\*\* Dane na dzień bilansowy 31.12.2021 r.

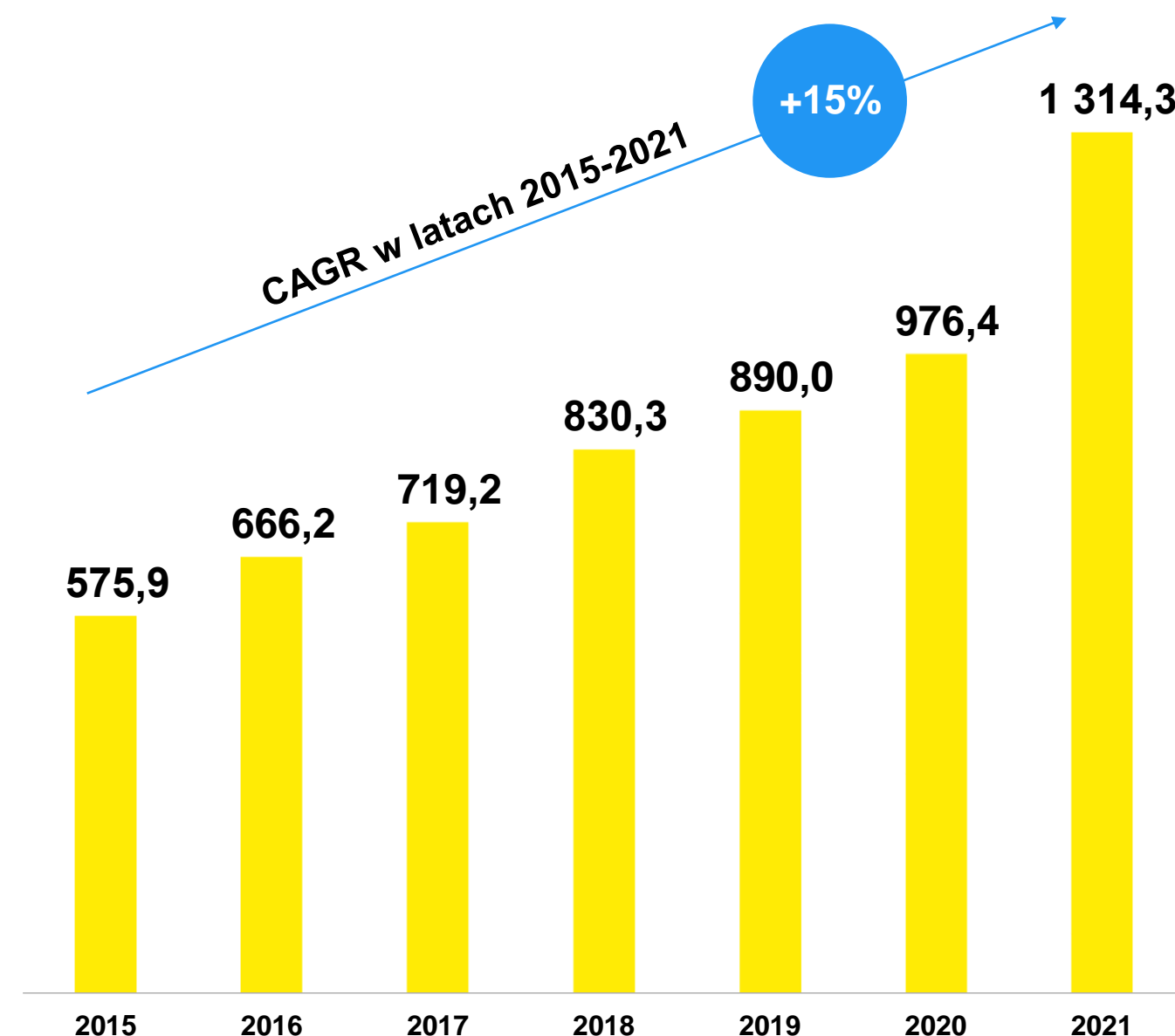
## Grupa TIM - dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży (mln zł)



- Po 3 miesiącach 2022 r. (ostatnie raportowane dane) TIM z 393,4 mln zł przychodów (+50% r/r).

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

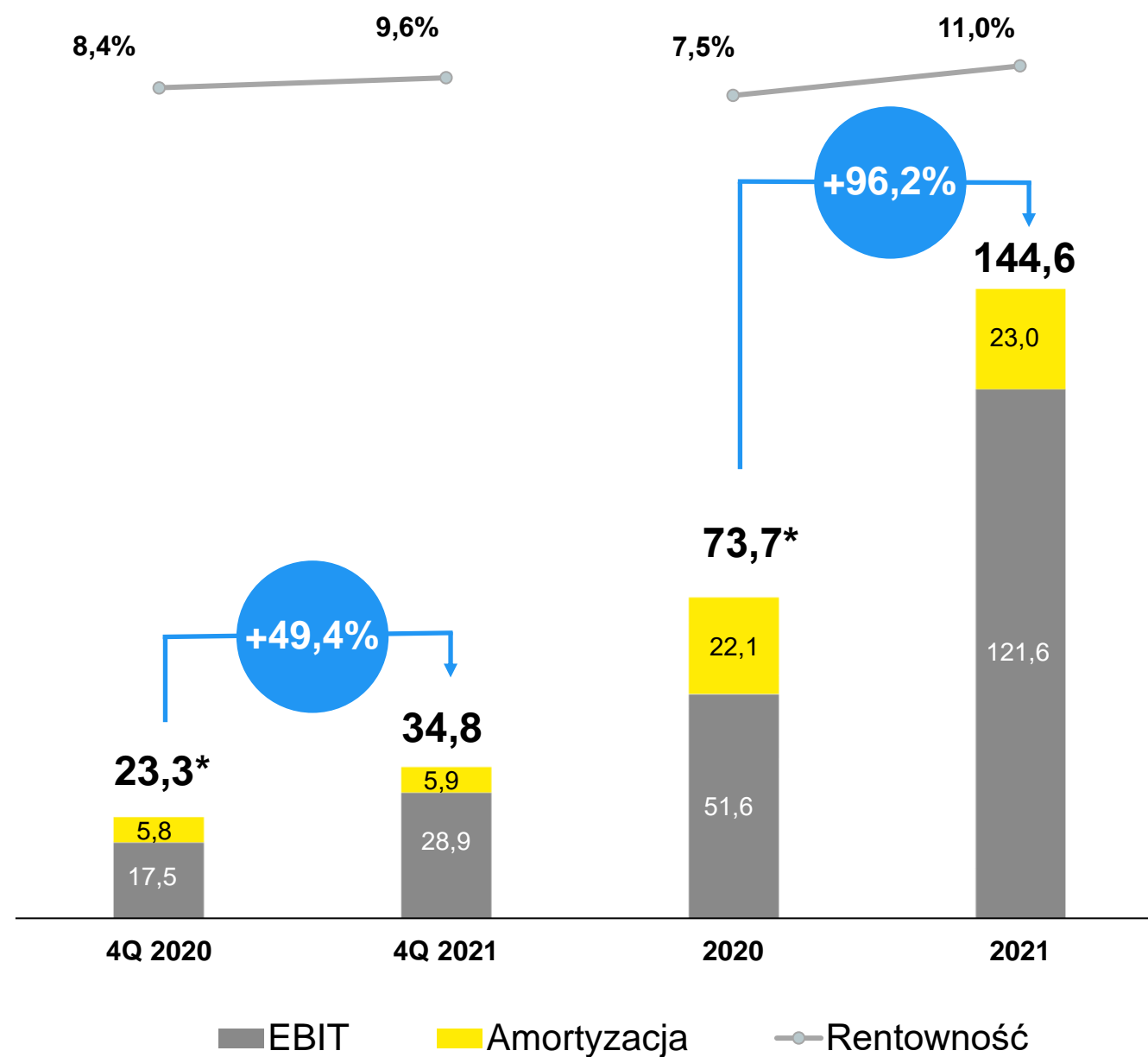


- Ponad dwukrotny wzrost obrotów w latach 2015-2021 potwierdza ambicje rozwojowe Grupy

\*z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży Rotopino.pl

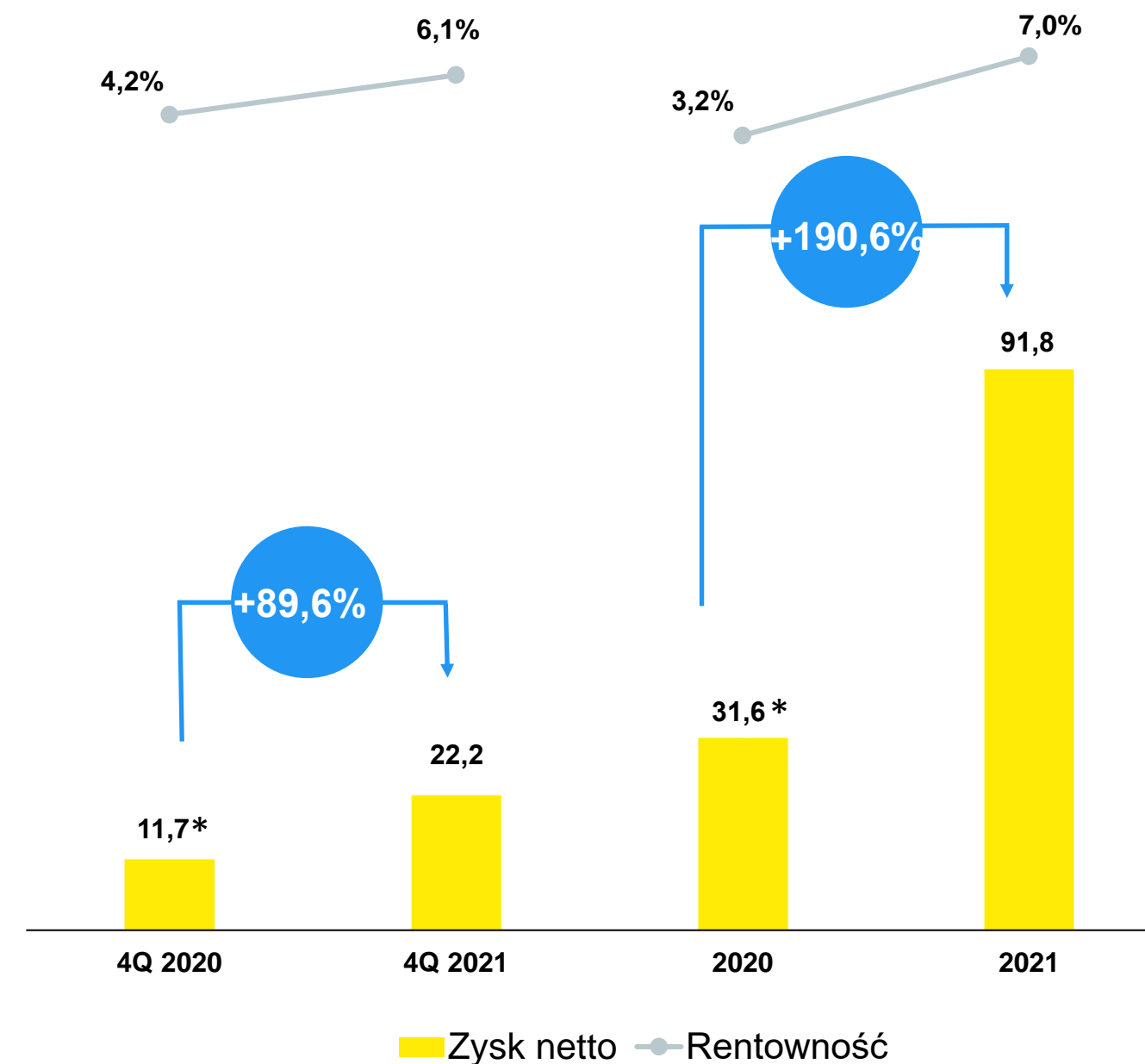
## Grupa TIM - Wzrost zysków i marż

EBITDA (mln zł)



- Skokowo wyższe zyski EBITDA w raportowanych okresach.
- Dynamiczny wzrost marż wobec okresów z 2020 roku.

Zysk netto (mln zł)

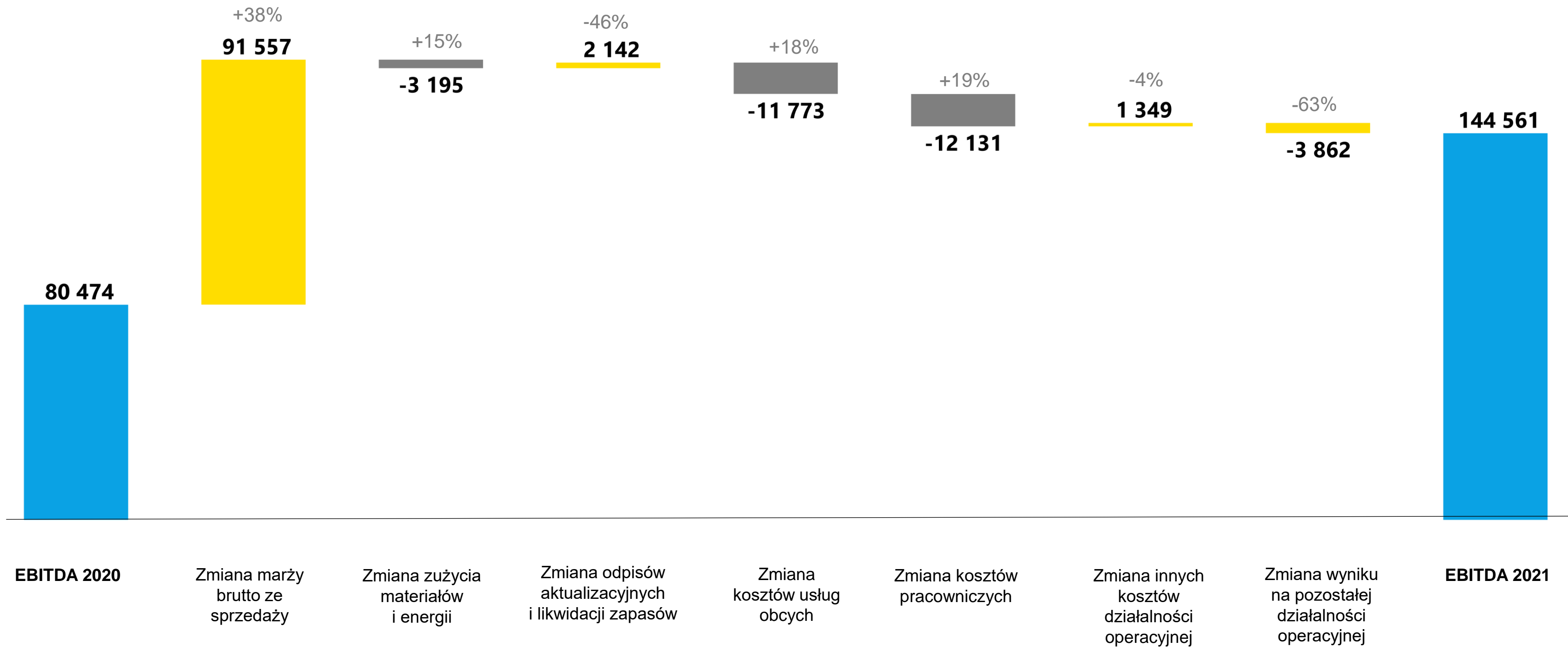


- Ponad dwukrotny wzrost zysku netto oraz znacząca poprawa rentowności za 2021 rok wobec 2020 roku

\*z wyłączeniem zysku ze sprzedaży akcji Rotopino.pl w 2020 r.

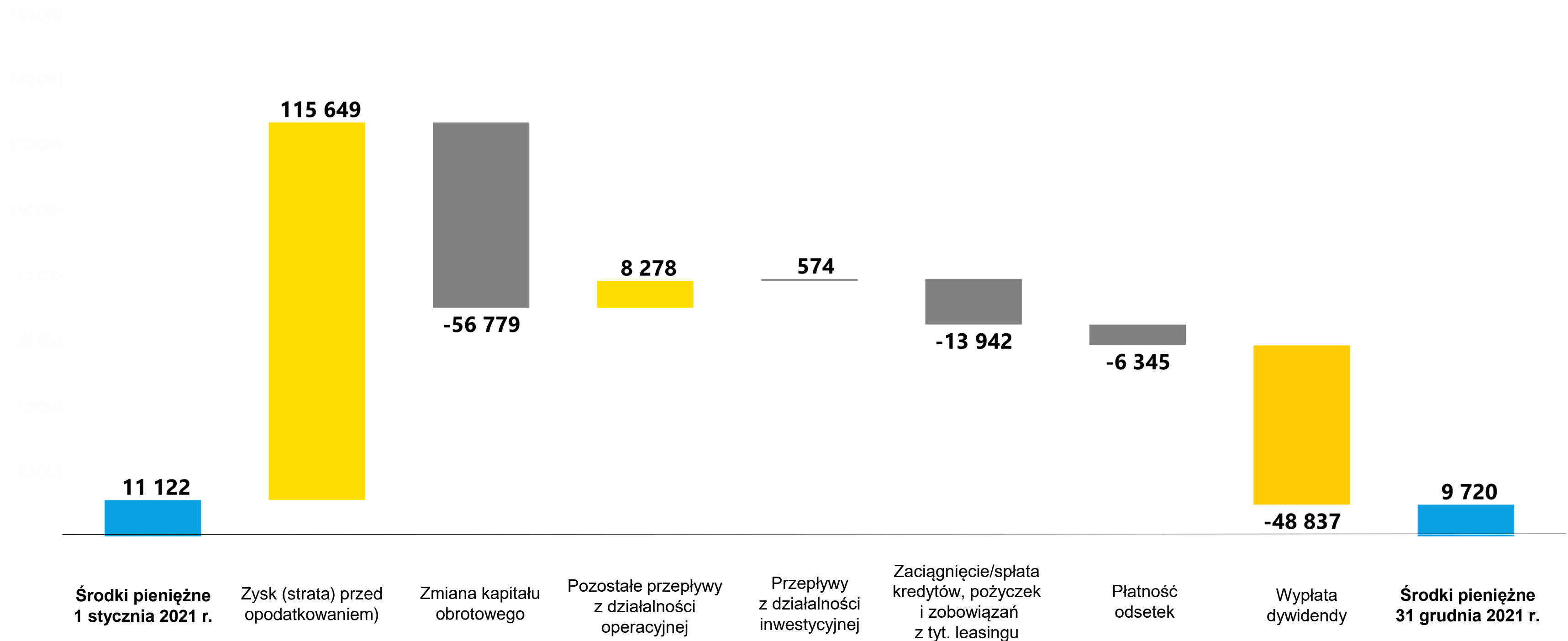
## Grupa TIM - dekompozycja zysku EBITDA

- Wzrost skali działalności oraz wyższa marża brutto na sprzedaży głównymi determinantami wyższego odczytu EBITDA.



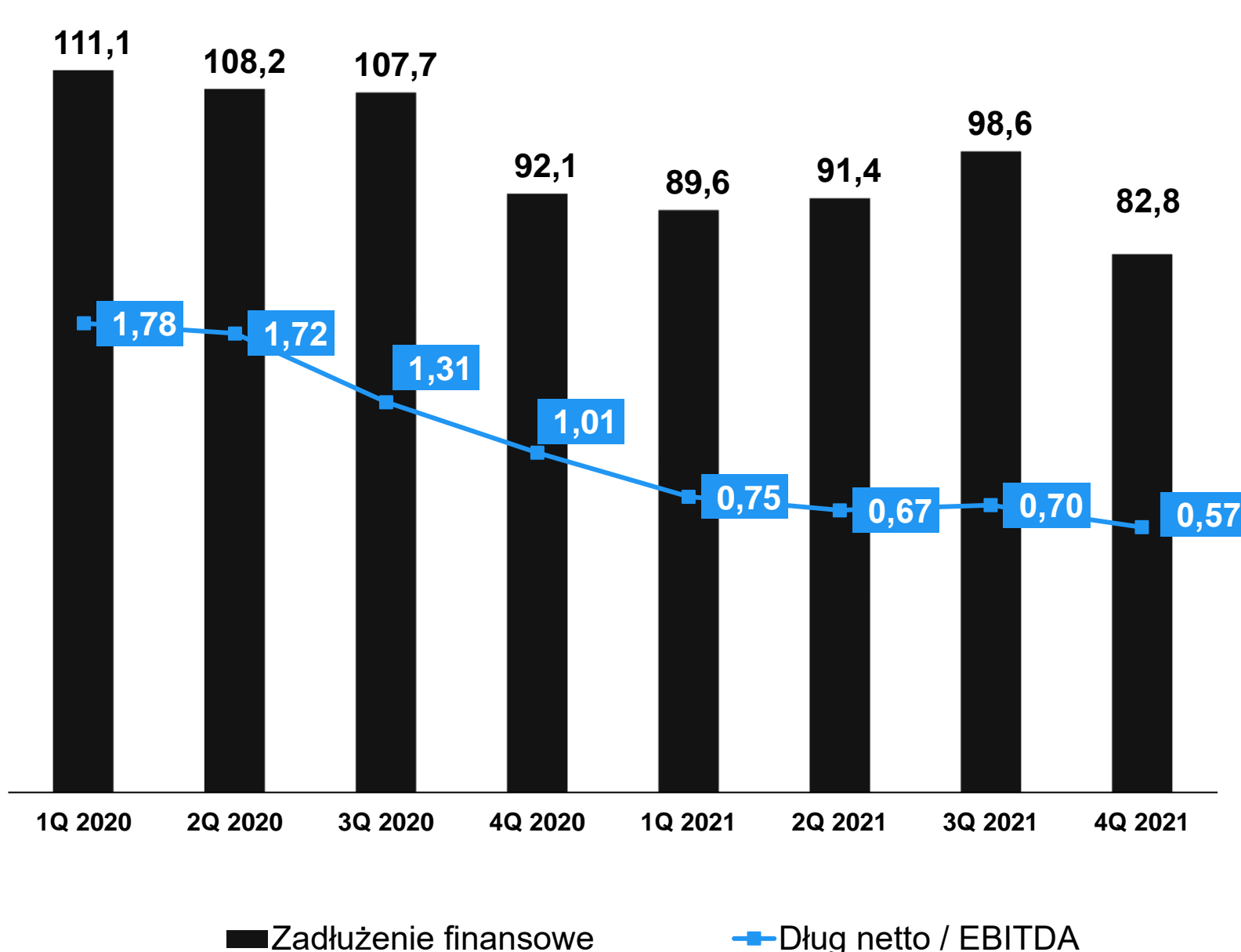
## Grupa TIM - stabilne przepływy pieniężne

- Na wysokość przepływów operacyjnych w 2021 r. w wysokości 67,1 mln zł główny wpływ wywarł wysoki zysk brutto oraz wzrost stanu zapasów i należności.

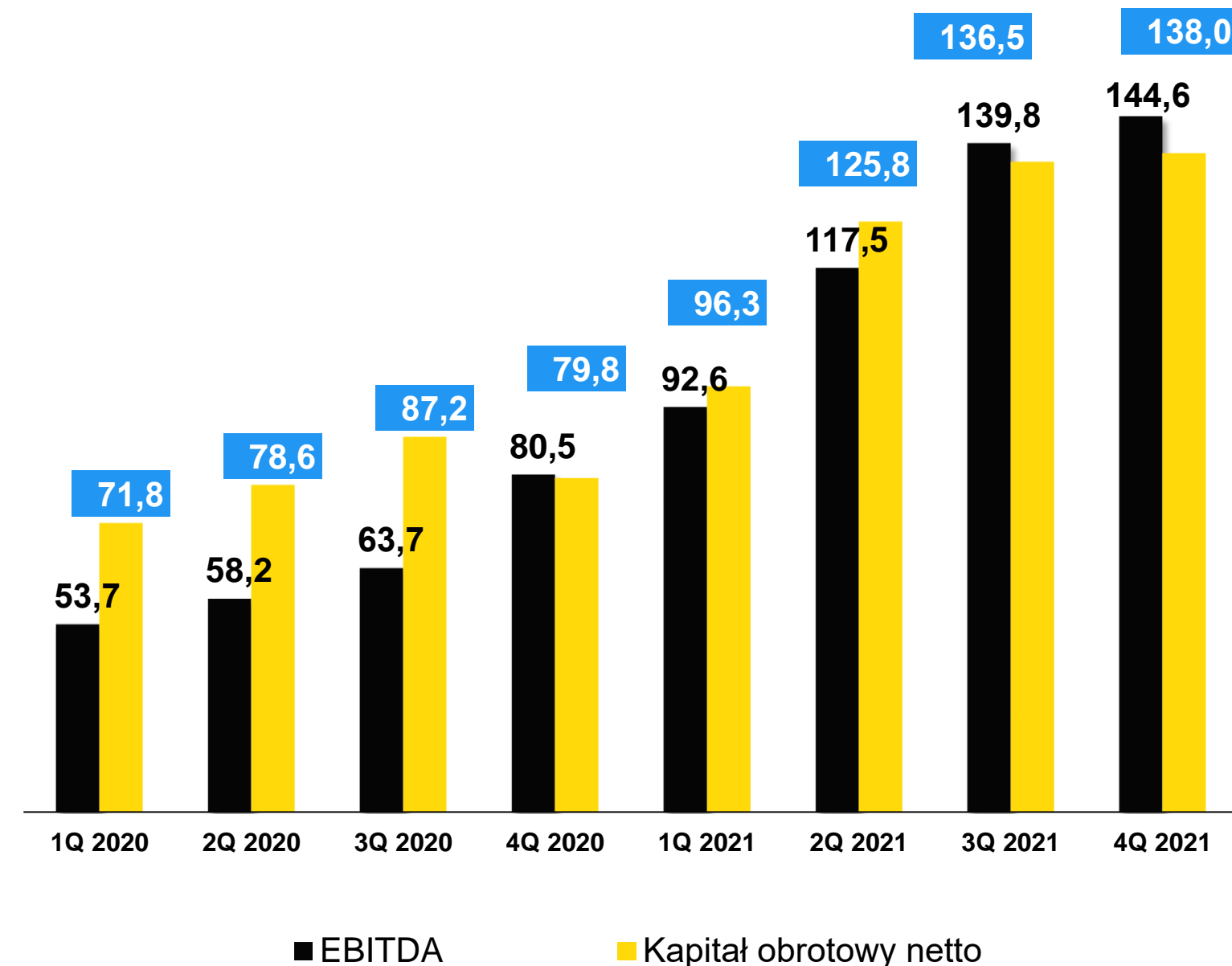


## Grupa TIM - zdrowa sytuacja finansowa

Zadłużenie finansowe (w mln zł) i dług netto / EBITDA LTM (pkt)\*



EBITDA LTM i kapitał obrotowy netto (mln zł)\*



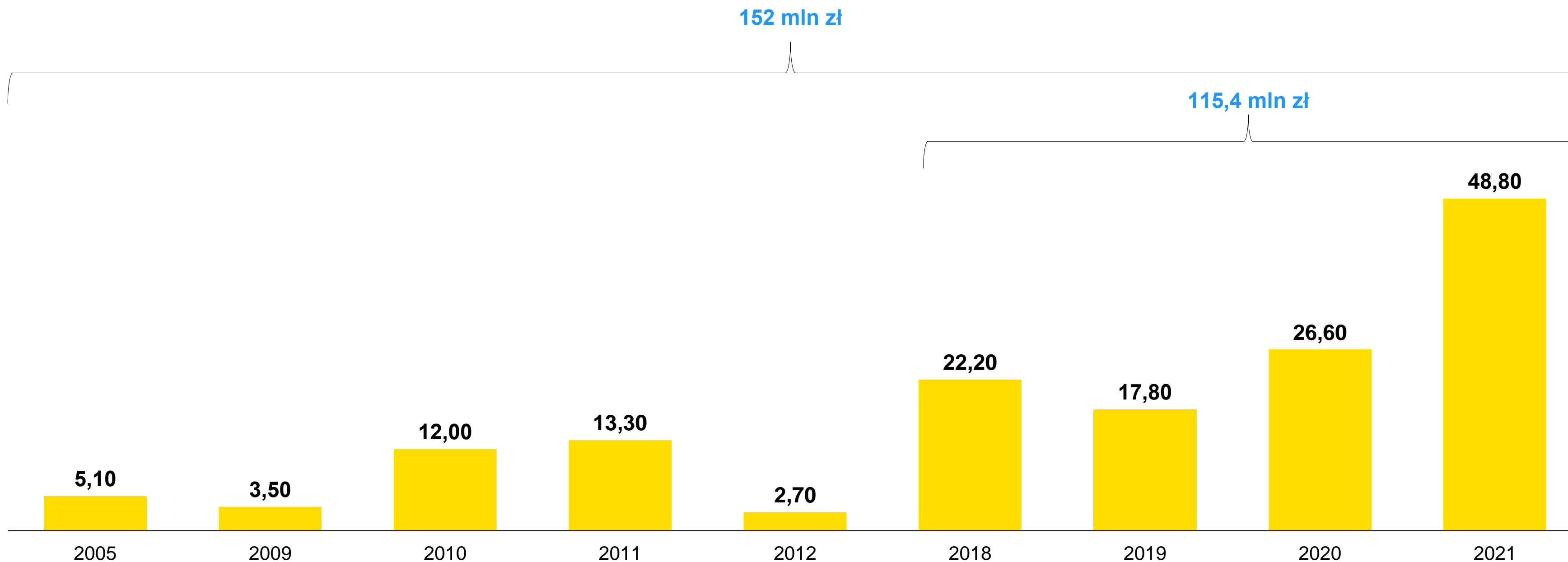
- Mimo inwestowania w rozwój i wypłaty dywidend zauważalny systematyczny spadek zadłużenia odsetkowego oraz wskaźnika długu netto do EBITDA.

- Efektywne wykorzystanie wzrostu kapitału obrotowego netto.

\*Dane zawierają Rotopino.pl w 2020 r.

## Wyплаты dywidend w latach 2005-2021 (mln zł)

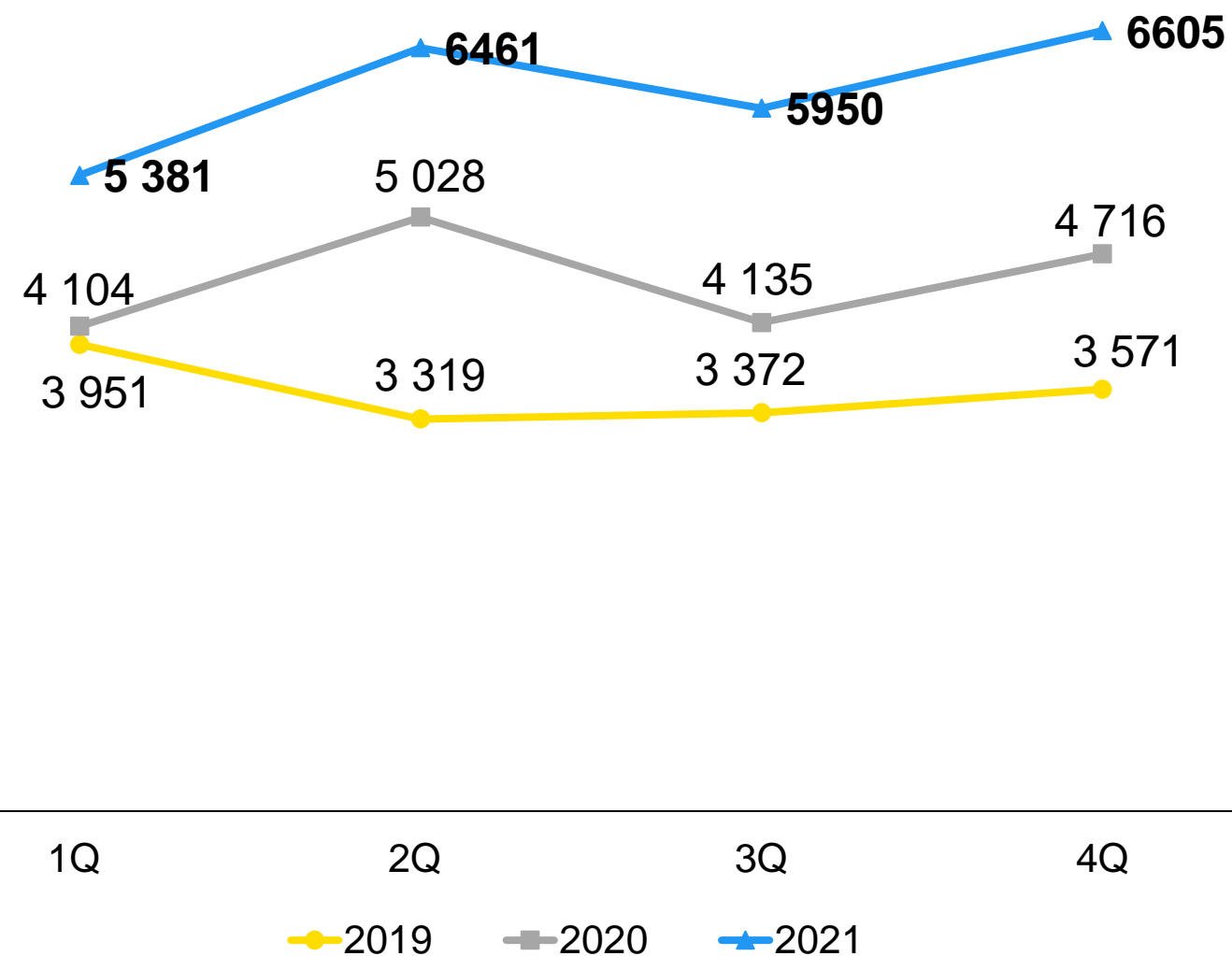
- W ramach rekomendacji Zarządu Spółki, po decyzji WZA TIM wypłaci dodatkowo **1,20 zł dywidendy na akcję** (łącznie 26,6 mln zł).
- Łącznie wypłacona przez TIM dywidenda za 2021 rok osiągnie **2,40 zł na akcję** (53,3 mln zł)\*.
- Dzień dywidendy został zarekomendowany na **27 lipca 2022 r.**, a dzień wypłaty - na **11 sierpnia 2022 r.**



\*z uwzględnieniem wypłaconej w grudniu 2021 r. zaliczki na poczet przyszłej przewidywanej dywidendy w wysokości 1,20 zł na akcję

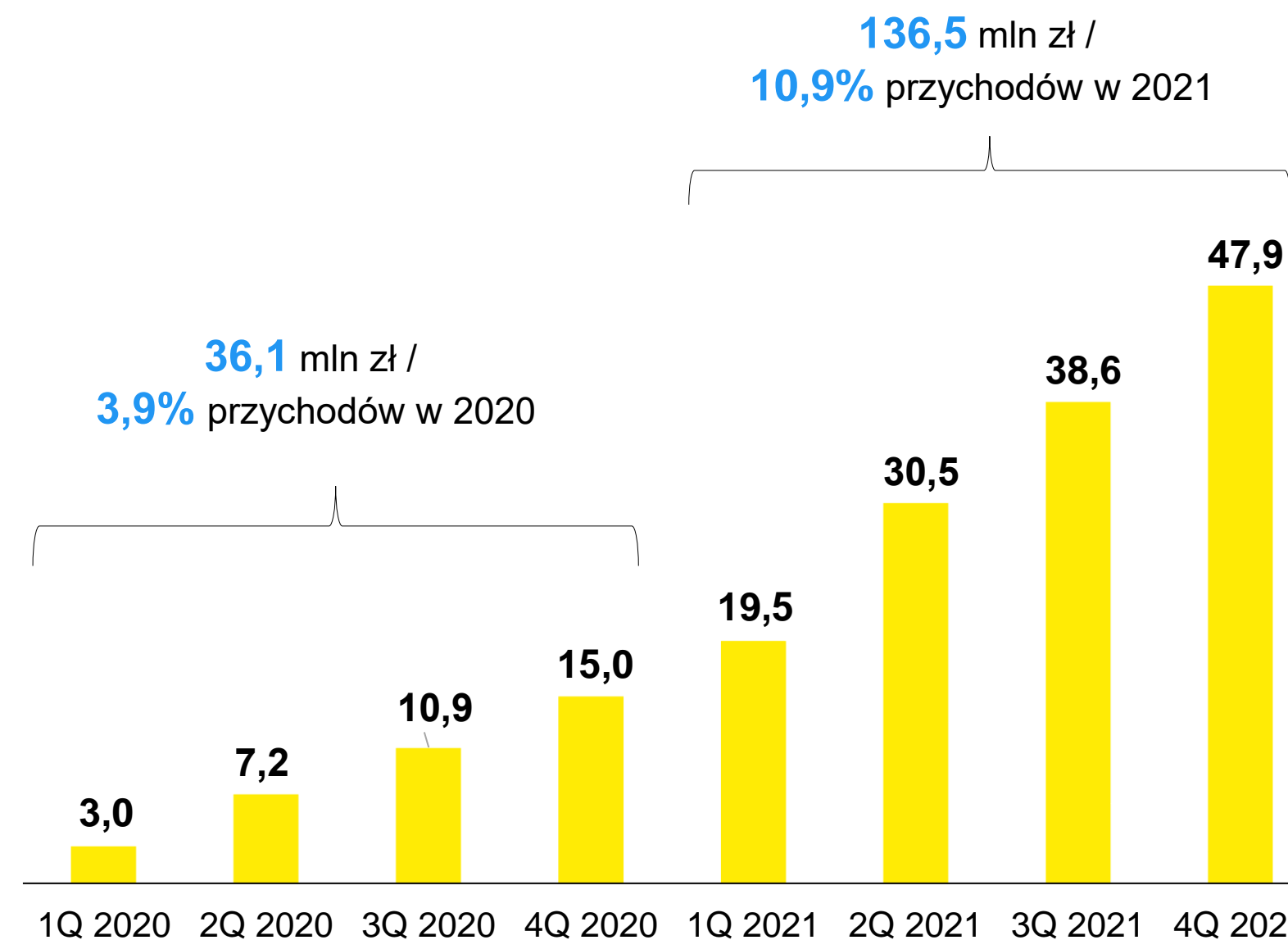
## TIM S.A. – systematyczna poprawa wskaźników sprzedaży

Liczba nowych klientów



- Istotny wzrost zainteresowania e-commerce.
- Utrzymany trend wzrostowy i duża dynamika w zakresie pozyskiwania nowych użytkowników platformy TIM.pl.

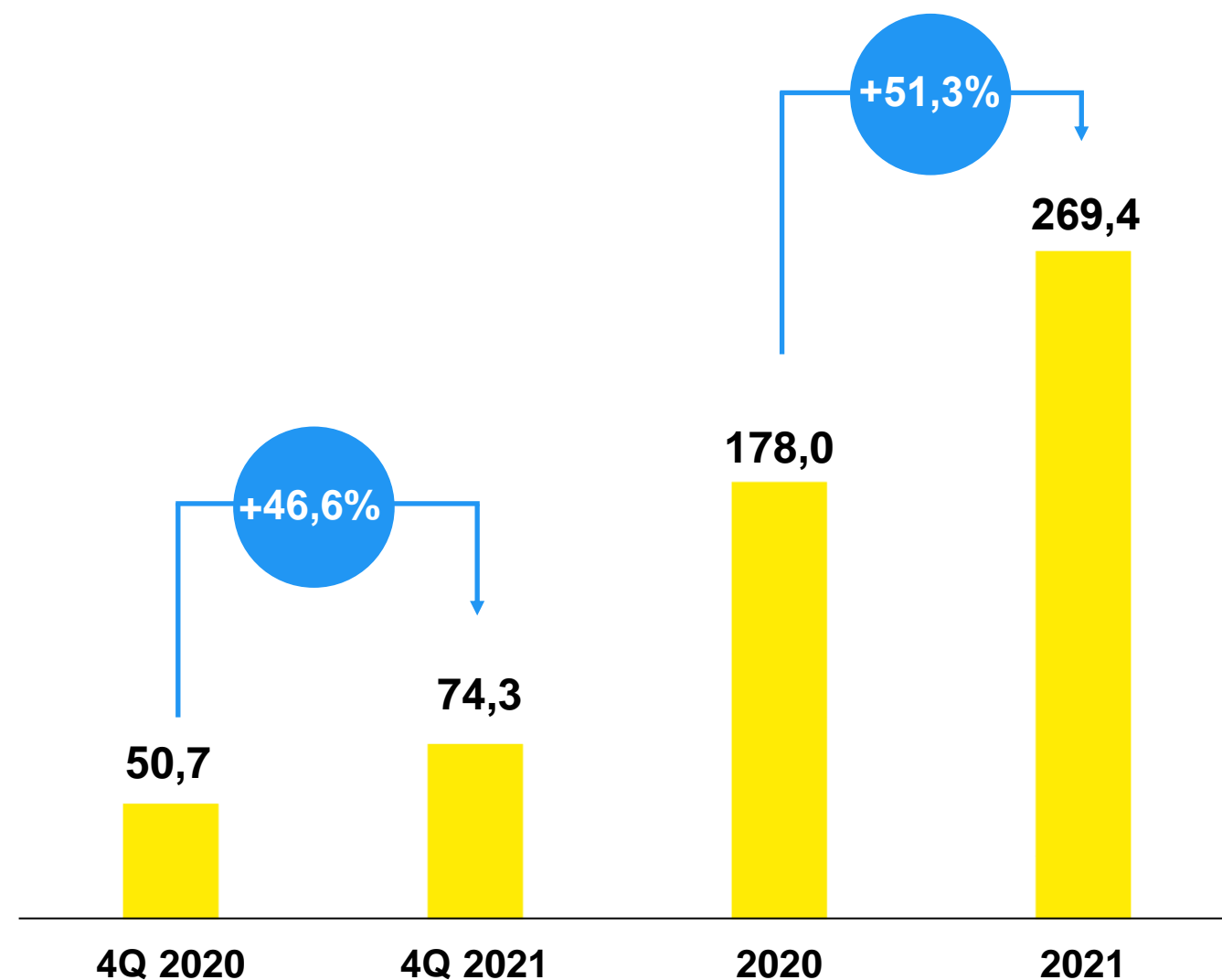
Sprzedaż do nowych klientów



- Z każdym kwartałem rośnie wartość sprzedaży do nowych klientów.
- Sprzedaż do nowych klientów stanowi blisko 11% całkowitej sprzedaży zrealizowanej w 2021 roku.

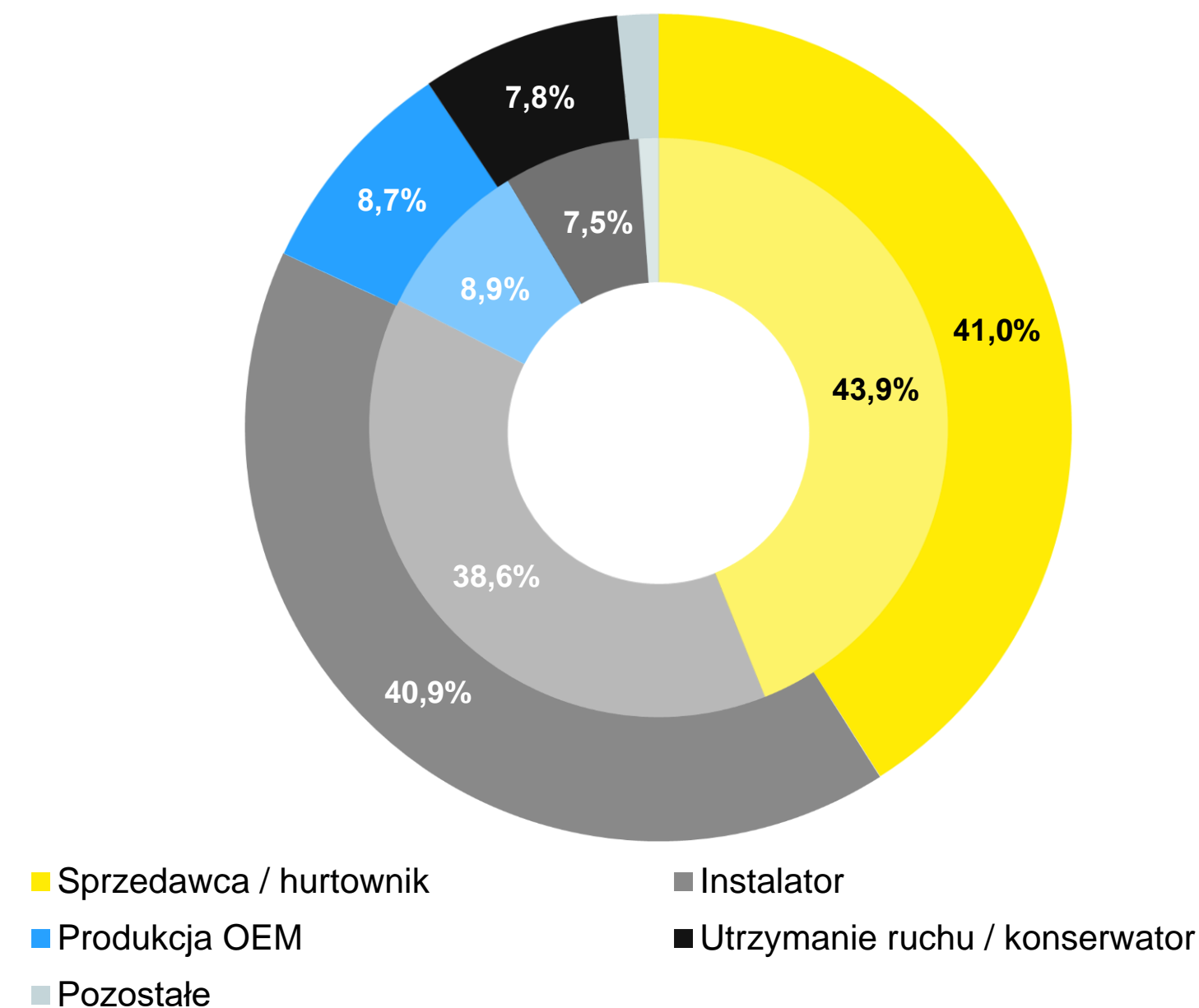
## TIM S.A. rentowność sprzedaży i segmentacja

Marża brutto na sprzedaży (mln zł)



- W IV kwartale i całym 2021 r. dynamiczny wzrost nominalnego marży brutto ze sprzedaży i jego marży

Przychody w podziale na segmenty klientów w 2020 vs 2021 roku (%)

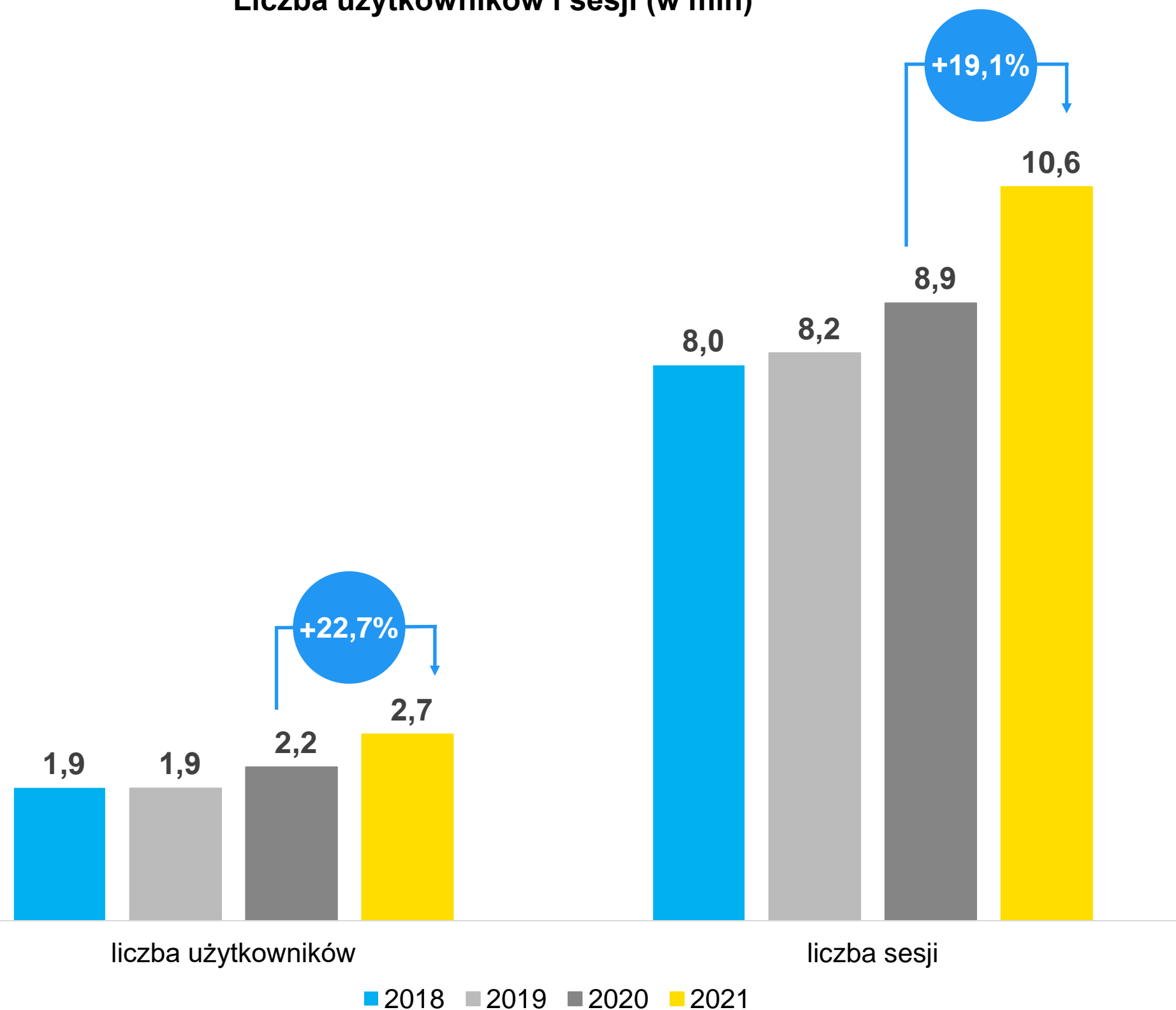


- Na koniec 2021 r. liczba klientów kluczowych\* wyniosła 18 102, tj. wzrosła o 25,2% r/r.

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

## TIM S.A. - wzrosty efektywności segmentu e-commerce

Liczba użytkowników i sesji (w mln)



**54%** (+3 pkt proc. vs 2020)  
użytkowników pochodzi z ruchu organicznego (SEO)

**25,4%** (- 5 pkt proc. vs 2020)  
stanowi udział ruchu z kanału Ads

**23,9%** (- 7,5 pkt proc. vs 2020)  
Współczynnik odrzuceń TIM.pl (bounce rate)

**MOSCA**  
EXCELLENCE IN STRAPPING SOLUTIONS

**3LP S.A.**

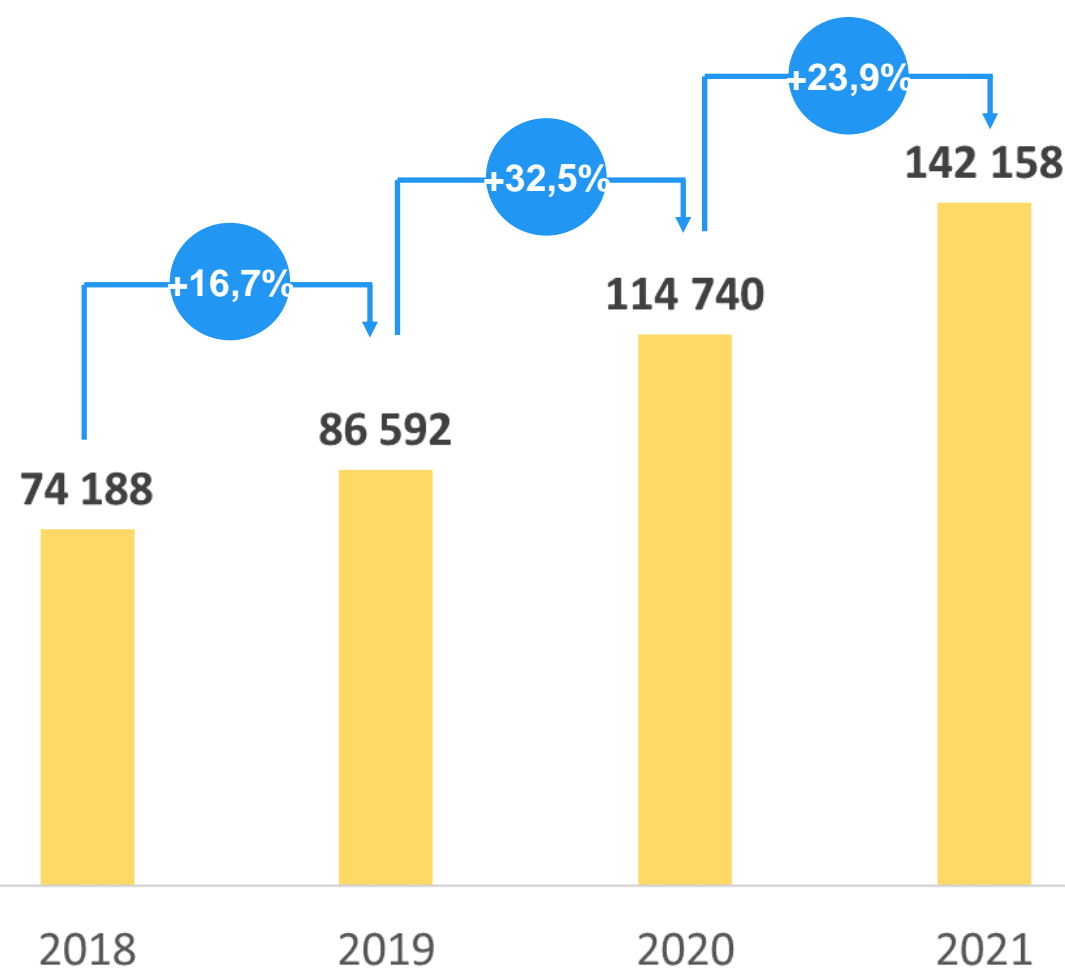




## Rosnąca dywersyfikacja przychodów

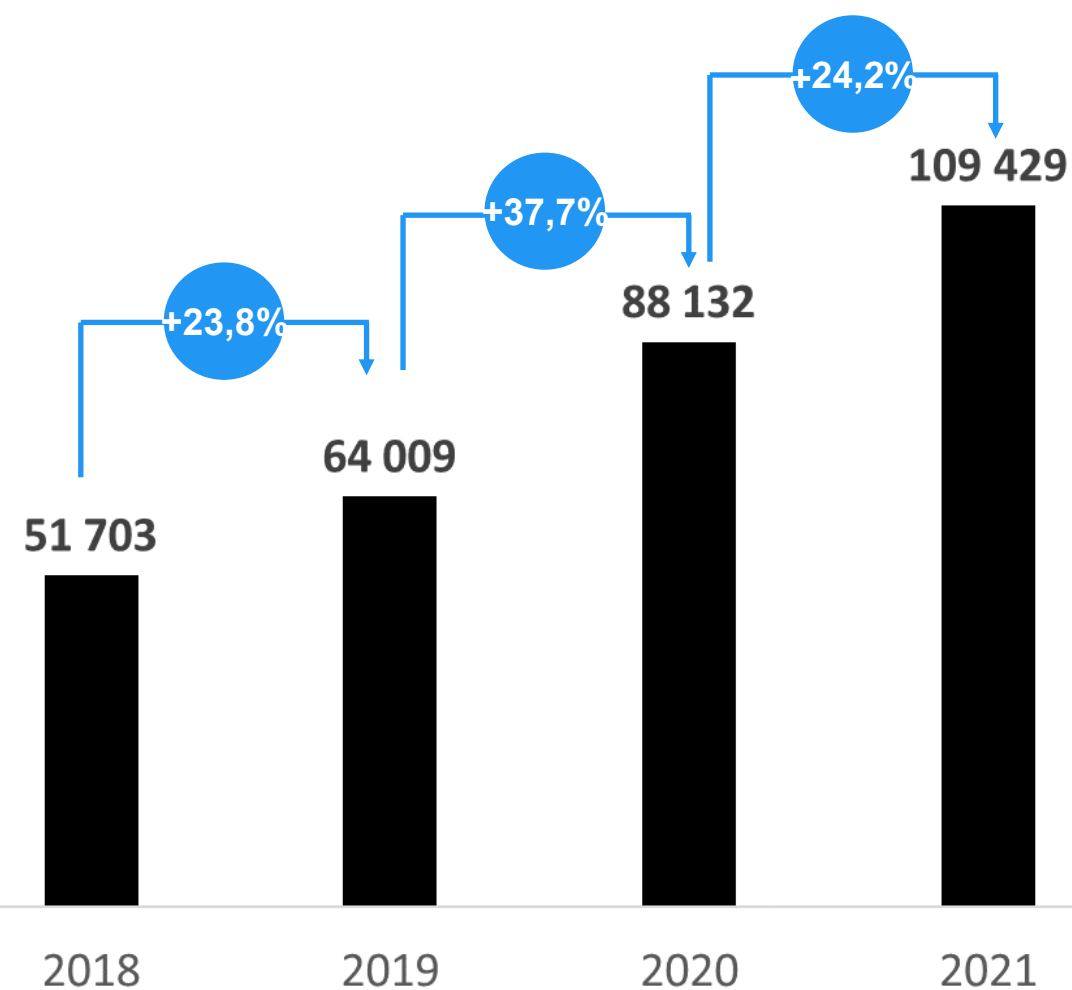
### Przychody całkowite

tys. zł



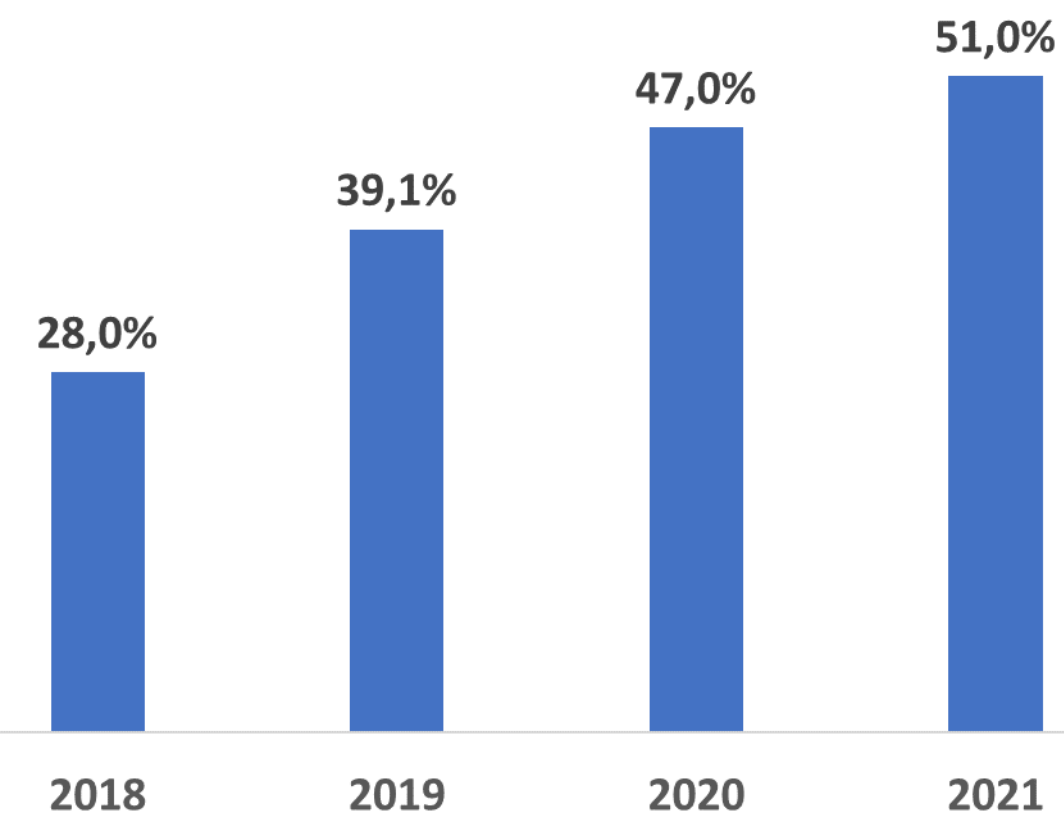
### Przychody z usług fulfillmentu

tys. zł



### Udział przychodów z fulfillmentu poza GK TIM

%

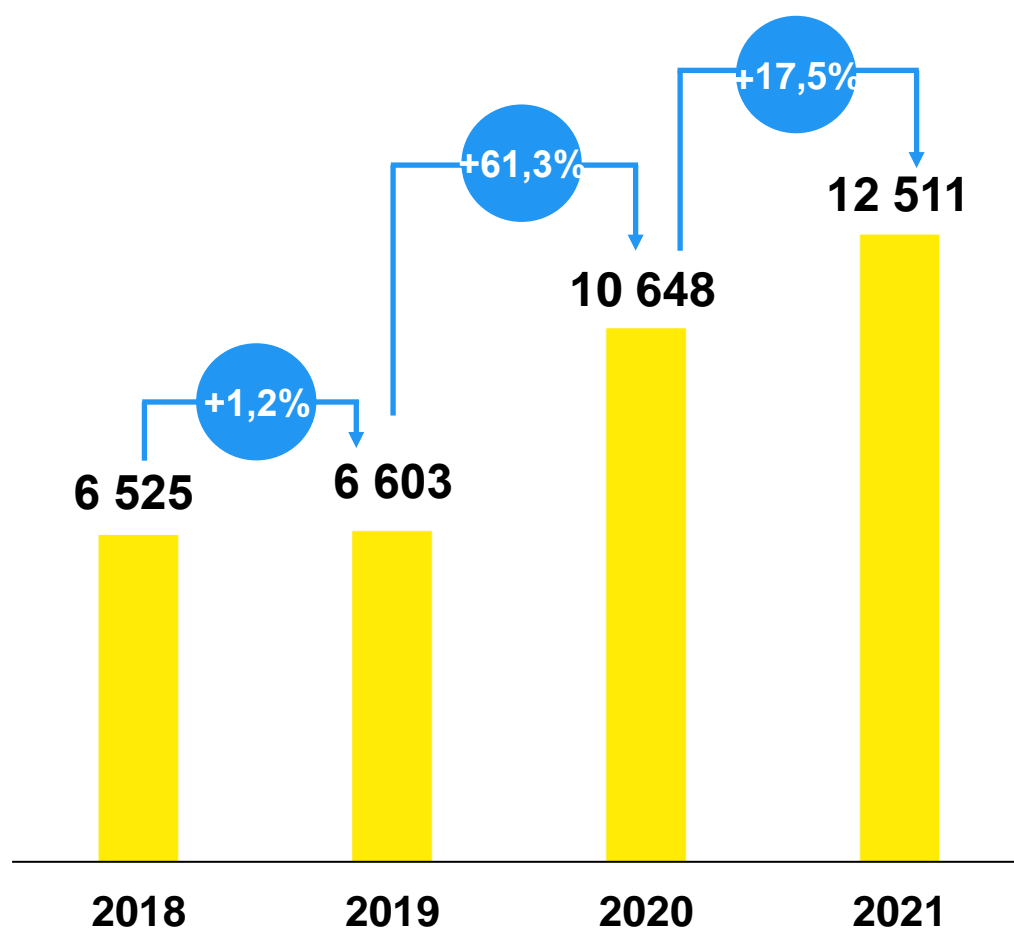




## Dynamiczny wzrost skali biznesu

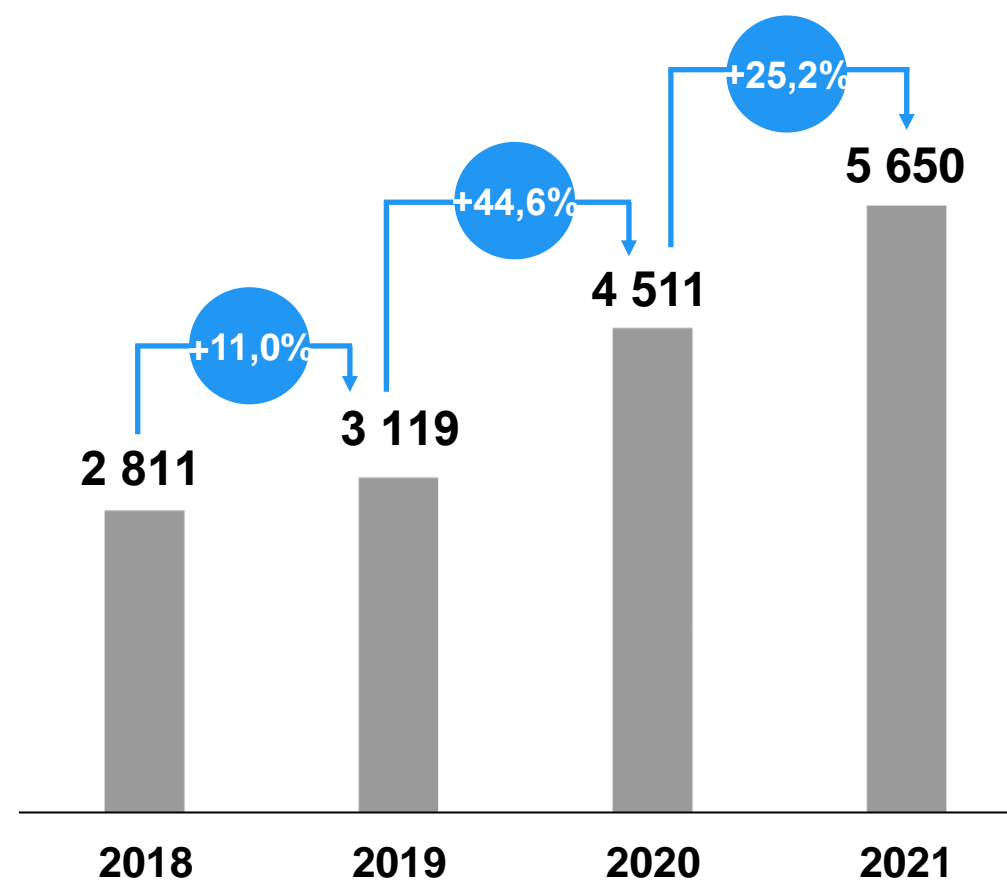
### Liczba zrealizowanych linii zamówień

tys.



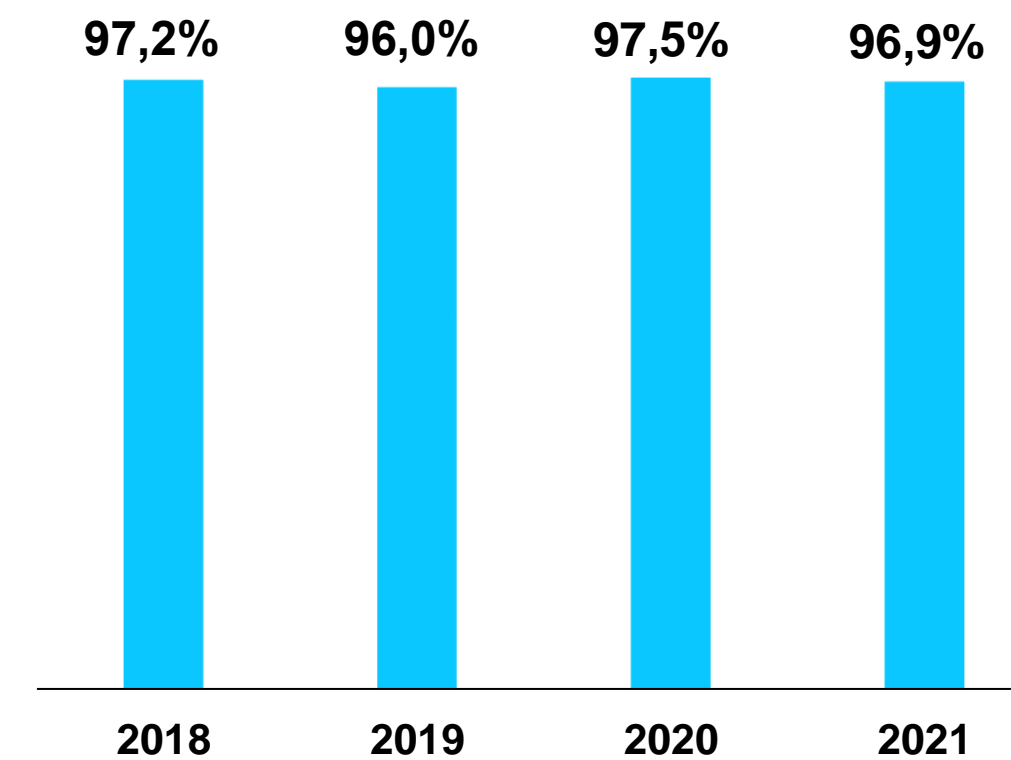
### Liczba wysyłek (paczki + palety)

tys.



### Terminowość dostaw

średnia roczna %



## 3LP zapewnia klientom mid market efektywność operacyjną i kosztową

Rodzaje firm działających w e-commerce korzystających z usług fulfillmentu

### największe firmy e-commerce

- własne zasoby pozwalające na wybór automatyki i zaplanowanie procesów logistycznych
- najczęściej outsourcuje operacje logistyczne we własnym zautomatyzowanym magazynie
- niższa marżowość takiej formy outsourcingu

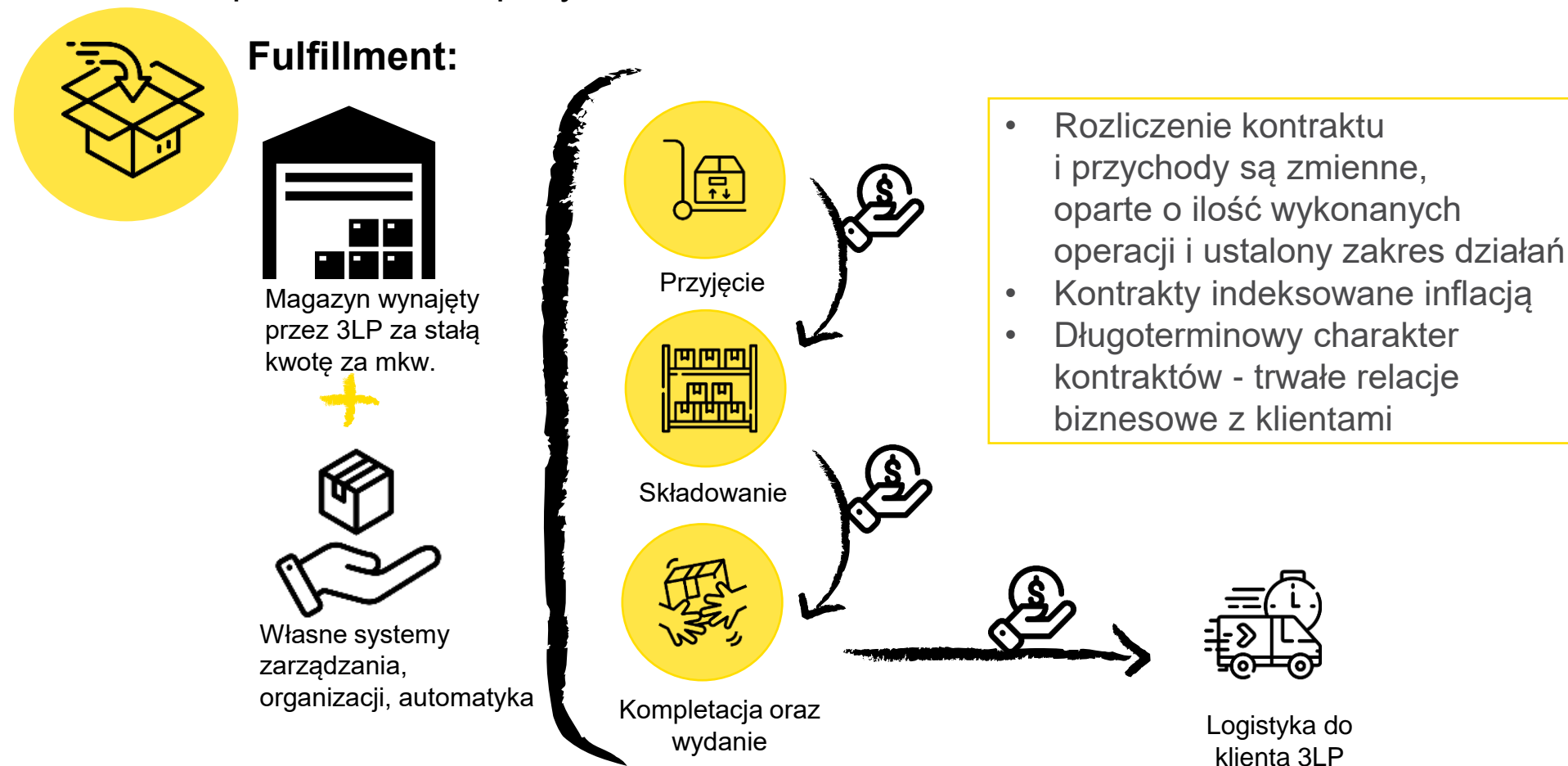
### mid market - średnie firmy e-commerce i tradycyjni offline retailerzy

- brak know-how i skali pozwalającej na własną automatykę
- wydzielenie procesów logistycznych do zewnętrznego operatora najoptymalniejszym rozwiązaniem
- **klienci firm fulfillmentowych, tj. 3LP**

### małe firmy e-commerce

- skala lub specyfika produktu działania nie uzasadnia zastosowania automatyki
- logistyka realizowana samodzielnie lub outsourcowana do podmiotów niezautomatyzowanych

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

## Strategia rozwoju 3LP nakierowana na dalszy dynamiczny rozwój firmy

 2-krotny w 2022 wzrost całkowitej zarządzanej powierzchni magazynowej i 3-krotny w 2023

 Wzrost zautomatyzowanej powierzchni 1,5-krotnie na przełomie 2022 i 2023 r.

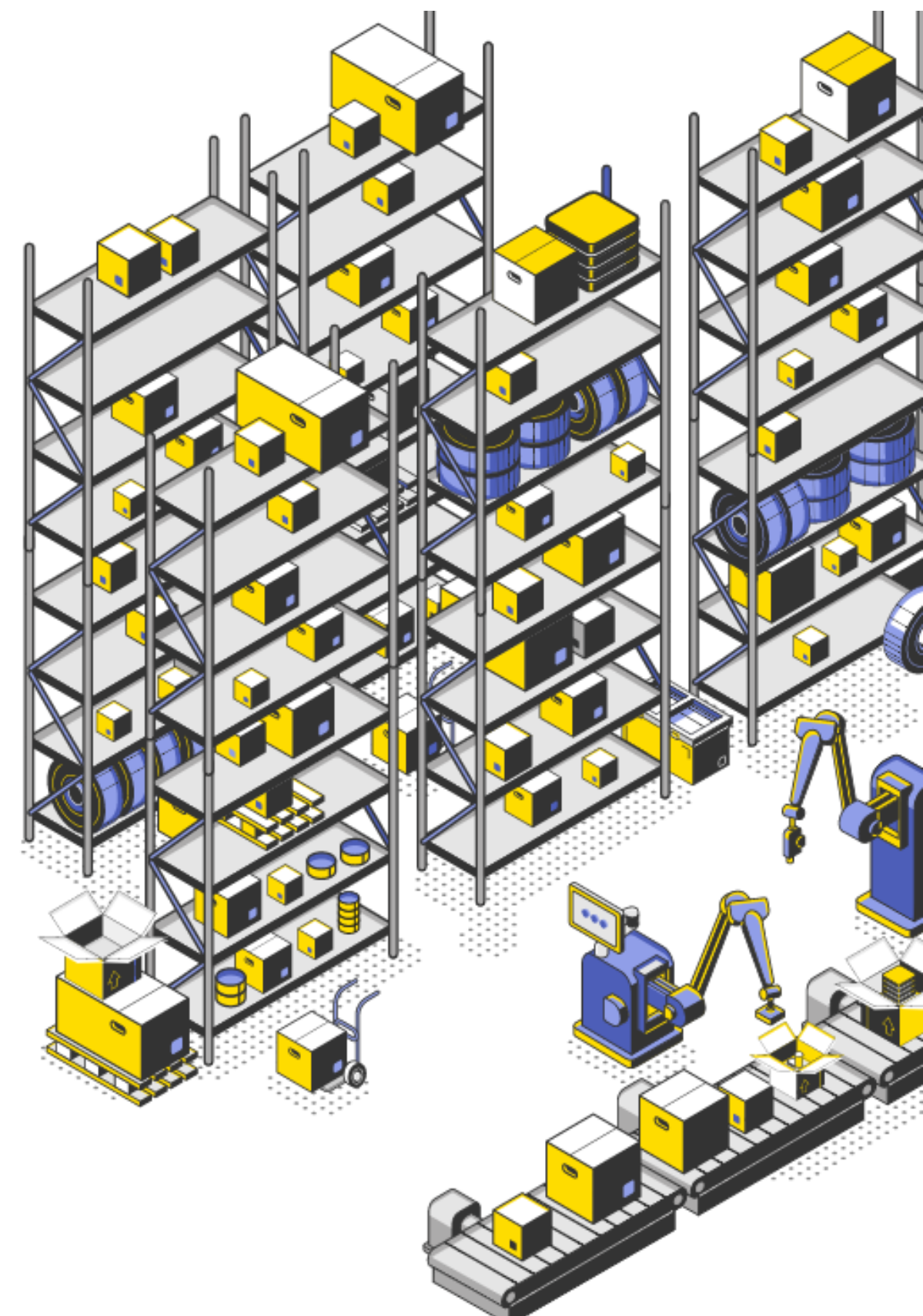
 Akwizycje i nowe sektory

 Oferta usług dla rynku niemieckiego

 Nowe usługi z wyższymi marżami i inwestycje w zieloną energię

 Rozpoczęcie współpracy in-house i JV jako dodatkowe źródło powierzchni

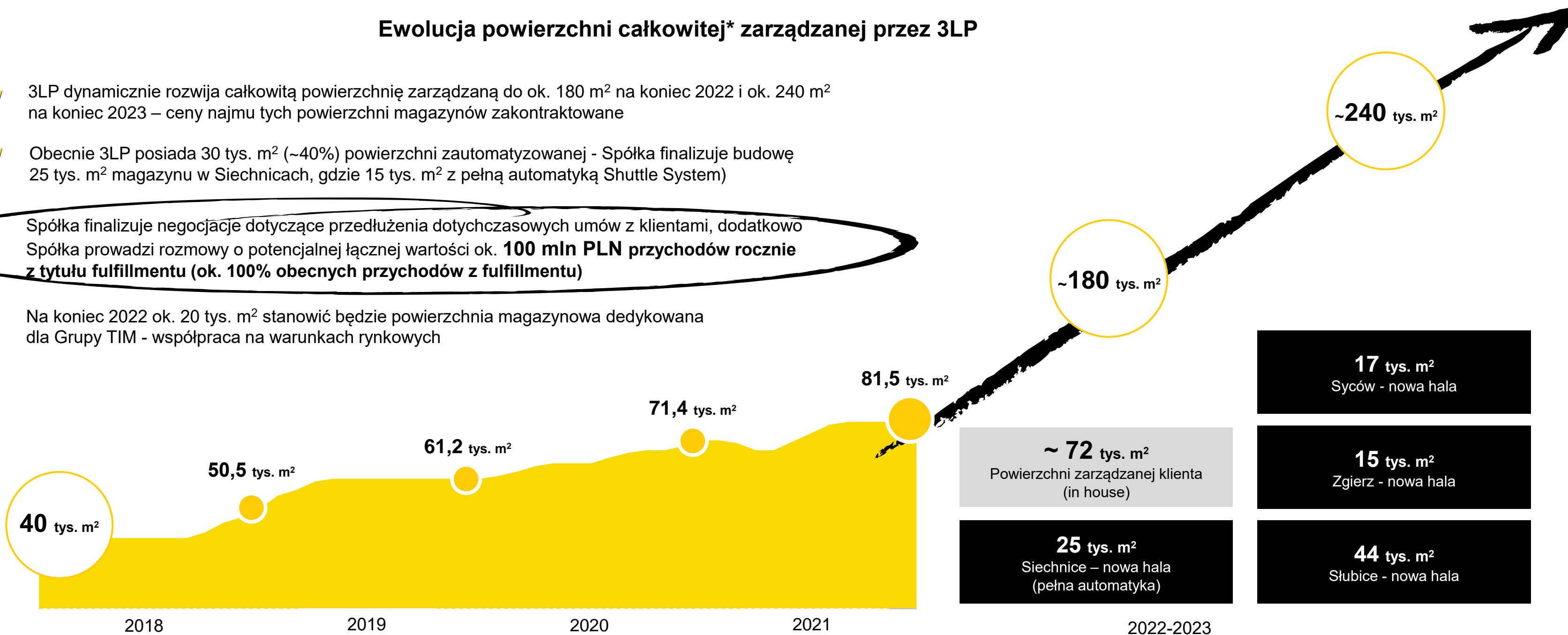
 Zwiększenie udziału przychodów z fulfillmentu spoza Grupy TIM do ~60% w 2023



## 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 – ceny najmu tych powierzchni magazynów zakontraktowane
- Obecnie 3LP posiada 30 tys. m<sup>2</sup> (~40%) powierzchni zautomatyzowanej - Spółka finalizuje budowę 25 tys. m<sup>2</sup> magazynu w Siechnicach, gdzie 15 tys. m<sup>2</sup> z pełną automatyką 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.

## Planowane inwestycje w celu zwiększenia efektywności na wielu poziomach organizacji

**Inwestycje w zakresie automatyki magazynowej**

**52 mln PLN**



### System Shuttle 2.0

Zwiększenie powierzchni objętej automatyką o 50%



### Pozostałe inwestycje w automatykę

Zwiększenie wykorzystania powierzchni o 20% dzięki wózkom VNA

Wzrost wydajności pracy o 5% dzięki nowym czytnikom kodów

**Rozwój zarządzanej powierzchni magazynowej**

**40 mln PLN**



### Rozwój organiczny

Osiągnięcie 240 tys. m<sup>2</sup> pod zarządzaniem w 2023

Nowe magazyny w precyzyjnie wybranych lokalizacjach



### Akwizycje w obszarze logistyki

Pozyskanie klientów, skokowy wzrost pow. zarządzanej i wejście w nowe segmenty e-commerce

**Inwestycje w obszarze ochrony środowiska w zakresie zielonej energii**

**8 mln PLN**






### Wsparcie realizacji strategii ESG

Zrównoważony rozwój w oparciu o standardy, które uwzględniają wpływ na interesariuszy spółki




Farma fotowoltaiczna o mocy 2MW lub wieloletni kontrakt z wytwórcą OZE na dostawę energii w wolumenie rocznego zapotrzebowania Spółki, oraz zakup urządzeń do recyklingu

## Potencjał rozwoju 3LP

### Podsumowanie sytuacji

-  **Dynamiczny rozwój usług fulfillmentu w Polsce**  
– wzrost e-commerce
-  **Wiodąca pozycja 3LP na rynku kompleksowych usług fulfillmentu** - partner dla średnich firm e-commerce bez skali pozwalającej na własną automatyzację
-  **Perspektywa 3-krotnego wzrostu biznesu - zarządzanej powierzchni całkowitej 3LP** do końca 2023 i pełna automatyzacja w trakcie realizacji
-  **Wzrost stawek magazynowych i fulfillmentowych w Polsce - ponadprzeciętna perspektywę wzrostu wyników 3LP** - podpisane umowy na wynajem magazynów z wynegocjowanymi stawkami sprzed wzrostu cen
-  **Zaawansowany pipeline rozmów z nowymi klientami** pod nowe zarządzane powierzchnie magazynowe i nowi klienci z akwizycji oraz rynku niemieckiego, wspierany niedopasowaną podażą magazynów w Polsce

### Aktualne działania

	<b>Obecne operacje biznesowe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przedłużone umowy z obecnymi głównymi klientami</li> <li>• Zabezpieczona umowa na obsługę 72 tys. m2 pow. magazynowej klienta (in house)</li> </ul>
	<b>Rozwój organiczny</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozbudowa Centrum Logistycznego w Siechnicach</li> <li>• Podpisane umowy najmu na 2 nowe magazyny oraz trwające negocjacje na dalszy rozwój powierzchni zarządzanej</li> </ul>
	<b>Akwizycje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przegląd potencjalnych celów akwizycyjnych - podpisana umowa z doradcą transakcyjnym</li> <li>• Pozyskanie klientów w nowych segmentach oraz skokowy wzrost skali operacji</li> </ul>

A modern office interior featuring a reception desk with the 'TIM' logo, a large vertical living wall, and a wall-mounted sculpture of a hand holding a tool. The space is lit with recessed ceiling lights and has a geometric tile floor.

# KLUCZOWE AKTYWNOŚCI



**Kluczowe aktywności Grupy TIM w 2022 r.**





## Relacje inwestorskie TIM-u w mediach społecznościowych – bądź na bieżąco!



<https://youtube.com/TIMplMarket> → playlista *Relacje inwestorskie*



<https://www.linkedin.com/company/tim-s-a/>



[https://twitter.com/TIM\\_SA](https://twitter.com/TIM_SA)



### Relacje inwestorskie

99 filmów • 2137 wyświetleń • Zaktualizowano dzisiaj

Publiczna



Brak opisu



SORTUJ



Piotr Tokarczuk o roku 2021 w TIM SA i Grupie Kapitałowej TIM

TIMpl



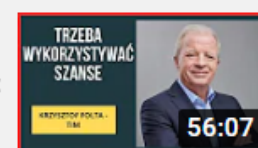
Piotr Nosal o roku 2021 w TIM SA i Grupie Kapitałowej TIM

TIMpl



Krzysztof Folta o roku 2021 w TIM SA i Grupie Kapitałowej TIM

TIMpl



Jesteśmy w 100% e-commerce'owi – Krzysztof Folta – TIM

Konrad Książak - GPW Notowania



Krzysztof Folta, prezes Zarządu TIM SA, o szacunkowych przychodach w marcu i I kwartale 2022 r.

TIMpl



Krzysztof Folta, prezes TIM SA, o szacunkowych przychodach w lutym 2022 r. i wsparciu dla Ukrainy

TIMpl

## 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, jakiejkolwiek osobie w jakimkolwiek 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**

**Michał Kostrowicki**

TIM S.A.

Ul. Jaworska 13

53-612 Wrocław

[M.Kostrowicki@tim.pl](mailto:M.Kostrowicki@tim.pl)

+48 726 004 981

**Tomasz Gutowski**

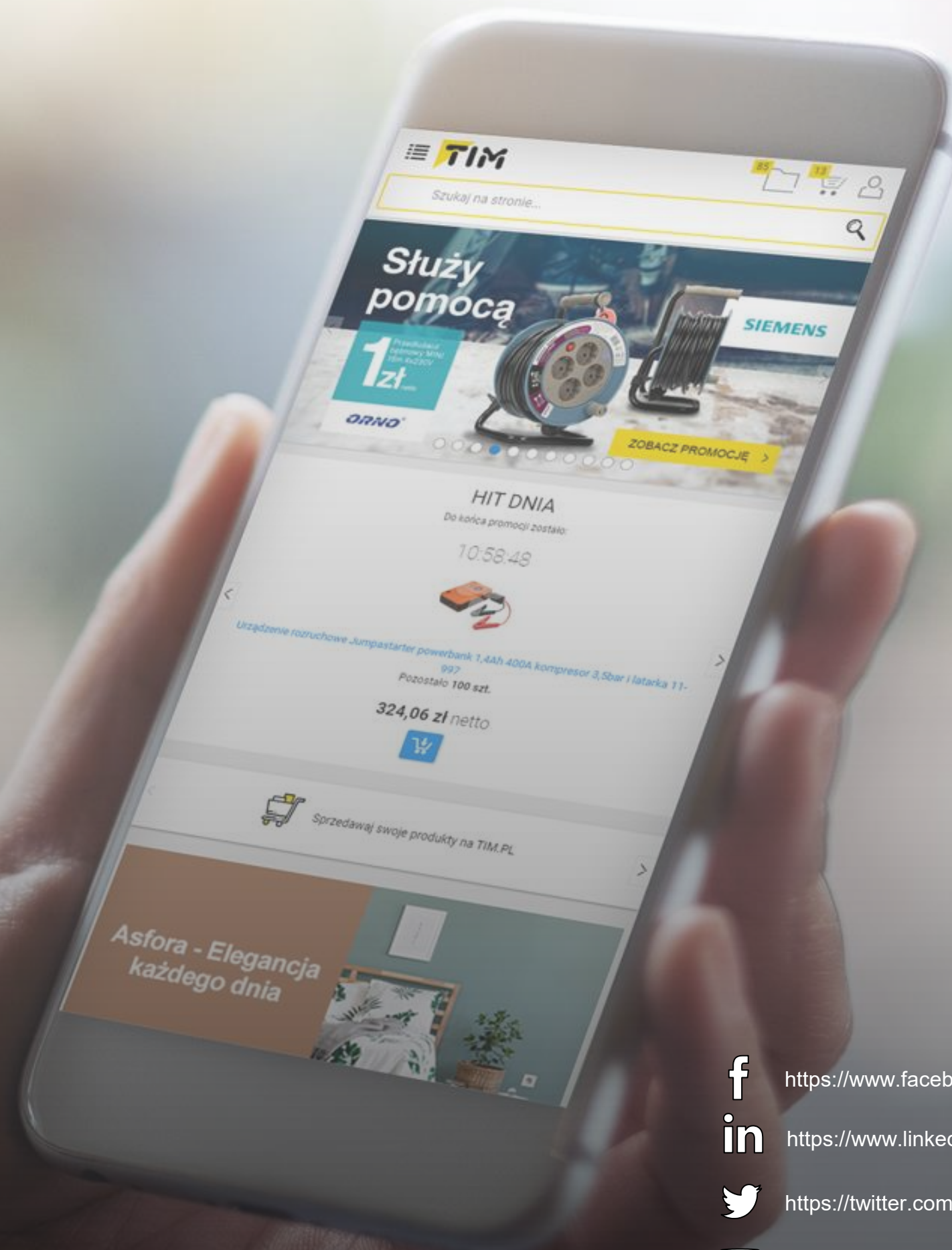
InnerValue

Ul. Koszykowa 54

00-675 Warszawa

[T.Gutowski@innervalue.pl](mailto:T.Gutowski@innervalue.pl)

+48 794 444 574



<https://www.facebook.com/TIMplMarket/>



<https://www.linkedin.com/company/tim-s-a>



[https://twitter.com/TIM\\_SA](https://twitter.com/TIM_SA)



<https://www.youtube.com/TIMplMarket>



[https://instagram.com/tim\\_sa\\_polska/](https://instagram.com/tim_sa_polska/)