



PODSUMOWANIE WYNIKÓW ZA I PÓŁROCZE 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.

Plany i perspektywy



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 właścicielem
całkowicie zależnej spółki
KAPITAŁOWA TIM SA

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 gronie nasza nowoczesne
centrum logistyczne, które skróciło znacznie
okres dostaw klientom 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.

24h

Władze Grupy TIM i akcjonariat TIM S.A.



Krzysztof Folta, Prezes Zarządu TIM S.A.

- Założyciel Grupy TIM (w 1987 r.) w tym Prezes Zarządu od 1995 r.,
- Ukończył również szereg kursów i szkoleń menedżerskich, w tym m.in. we Wrocławskiej Szkole Zarządzania kurs (Przygotowanie do pełnienia funkcji menadżerskich) oraz w Kanadyjskim Instytucie Zarządzania (Program „Management” 2000),
- Absolwent Politechniki Wrocławskiej na kierunku Elektronika i specjalności Metrologia Elektryczna.



Piotr Nosal, Członek Zarządu TIM S.A.

- Związany z Grupą TIM od 2007 r. Członek Zarządu, Dyrektor ds. Handlowych,
- Przed objęciem funkcji w Zarządzie pracował w TIM jako m.in. Dyrektor Handlowy, Menadżer Produktu, Menadżer Rynku, Specjalista ds. Technicznych. Wcześniej związany ze spółką Moeller Electric,
- Magister inżynier Politechniki Wrocławskiej na Wydziale Elektrycznym (kierunek Elektrotechnika). Ukończył studia Executive MBA na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie.



Piotr Tokarczuk, Członek Zarządu TIM S.A.

- Od 2017 r. Członek Zarządu, Dyrektor ds. Finansowych TIM S.A.
- W latach 2001-2017 związany z KGHM Polska Miedź SA, gdzie od 2007 r. do 2017 r. pełnił funkcję Dyrektora Naczelnego ds. Finansów,
- Absolwent Wydziału Zarządzania i Informatyki Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz Executive Academy Programme IMD Business School w Lozannie. Ponadto ukończył studia podyplomowe MSSF na SGH w Warszawie oraz E&Y Academy of Business. Posiada licencją Maklera Papierów Wartościowych, Certyfikat Głównego Księgowego oraz Państwowy Certyfikat dla Członków Organów Nadzorczych



Maciej Posadzy, Prezes Zarządu 3LP S.A.

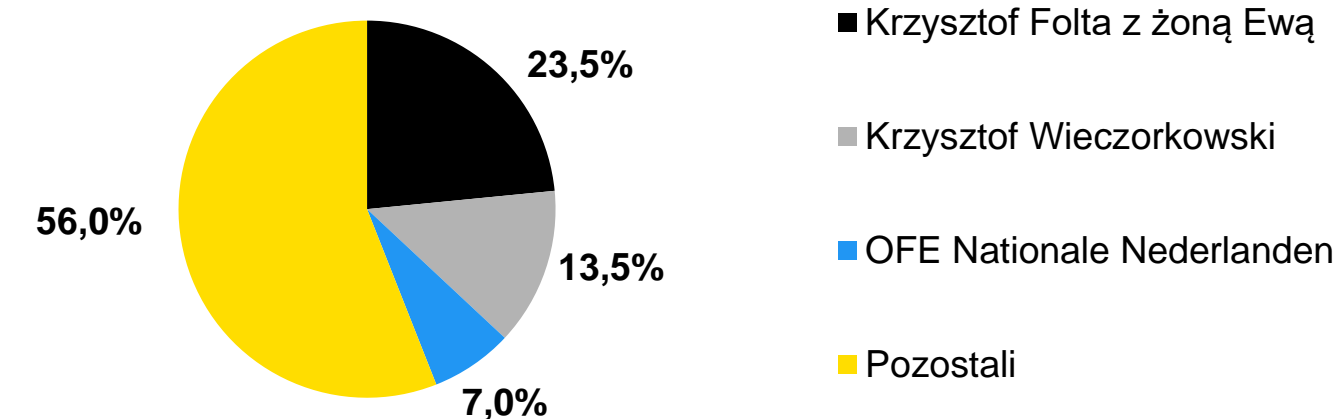
- Prezes Zarządu 3LP SA, wcześniej Członek Zarządu TIM S.A.,
- Skutecznie przeprowadził transformację biznesu spółki od wewnętrznego działu logistyki TIM do jednego z największych i zdywersyfikowanych podmiotów oferujących usługi fulfillmentu dla sektora e-commerce w Polsce.



Damian Krzypiec, Członek Zarządu 3LP S.A.

- Członek Zarządu i Dyrektor Logistyki 3LP SA, wcześniej Dyrektor Wydziału Produktu TIM S.A.,
- Absolwent Politechniki Wrocławskiej, ICAN Institute i Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. od ponad 20 lat związany z grupą kapitałową TIM SA.
- Doświadczony manager specjalizujący się w obszarach zarządzania procesami logistycznymi – wcześniej odpowiedzialny za proces transformacji biznesu TIM w kierunku segmentu e-commerce.

Akcjonariat TIM S.A.*



* Stan na dzień 22.09.2021 / Kapitał zakładowy TIM S.A. wynosi 22 199 200 zł i dzieli się na 22 199 200 akcji o wartości 1 zł każda*. Ogólna liczba głosów wynikająca ze wszystkich wyemitowanych akcji równa się ich liczbie i wynosi 22 199 200.

Historia Grupy TIM

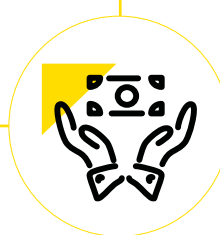
1987

Powstanie
Spółdzielczego
Przedsiębiorstwa
TIM Sp. z o.o.



2011

Powstanie
GK TIM



2014

Rebranding



2019

Nowe modele sprzedaży
(marketplace, B2B, B2C)



1998

Debiut na
Giełdzie Papierów
Wartościowych
w Warszawie



2013

Start kanału
online TIM.pl



2016

Powstanie 3LP



2020

Efektywne dostosowanie
Grupy do sytuacji
epidemicznej / sprzedaż
Rotopino.pl / rekordowa
dywidenda



Grupa TIM w pigułce

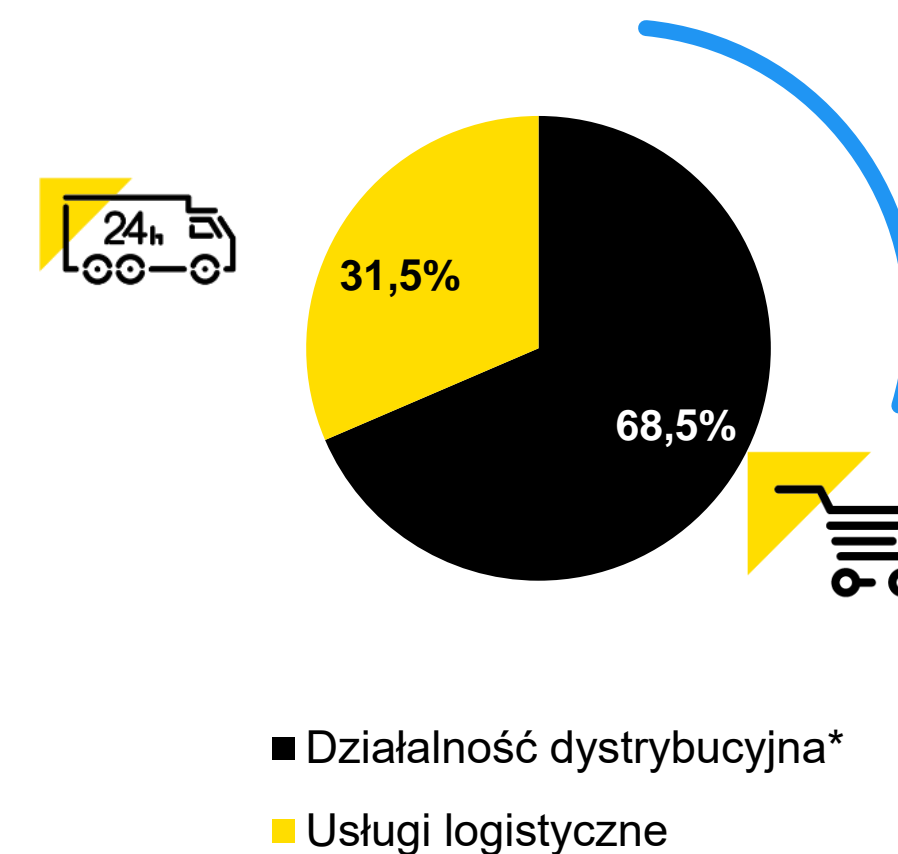


- **Lider sprzedaży elektrotechniki w Polsce**
- Ambitny plan rozwoju Grupy bazujący na dwóch synergicznych filarach
- Rosnące wyniki finansowe i niski poziom zadłużenia
- Atrakcyjna polityka dywidendowa



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

EBITDA LTM GK TIM wg linii biznesowych*:



* Udział w EBITDA GK TIM w okresie 3Q 2020-2Q 2021 z wyłączeniem EBITDA Rotopino.pl oraz zysku za sprzedaży akcji Rotopino.pl

Synergiczny model biznesowy

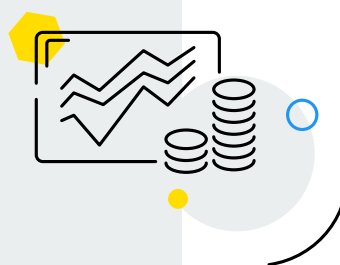
TIM S.A. - jednostka dominująca wobec 3LP S.A., notowana na GPW

Grupa
TIM



TIM

3LP



Dane LTM*:

1 074,3 mln zł

Przychody jednostkowe TIM
– dystrybucja e-commerce i zdalna

132,8 mln zł

Przychody jednostkowe 3LP
– logistyka

Dane skonsolidowane GK TIM:

Przychody ze sprzedaży*:

1,2 mld zł

EBITDA*:

117,5 mln zł

Zysk netto*:

70,7 mln zł

Aktywa razem**:

580,8 mln zł

* Dane LTM (3Q 2020-2Q 2021)

** Dane na dzień bilansowy 30.06.2021 r.

Aktywa 3LP w Siechnicach k. Wrocławia

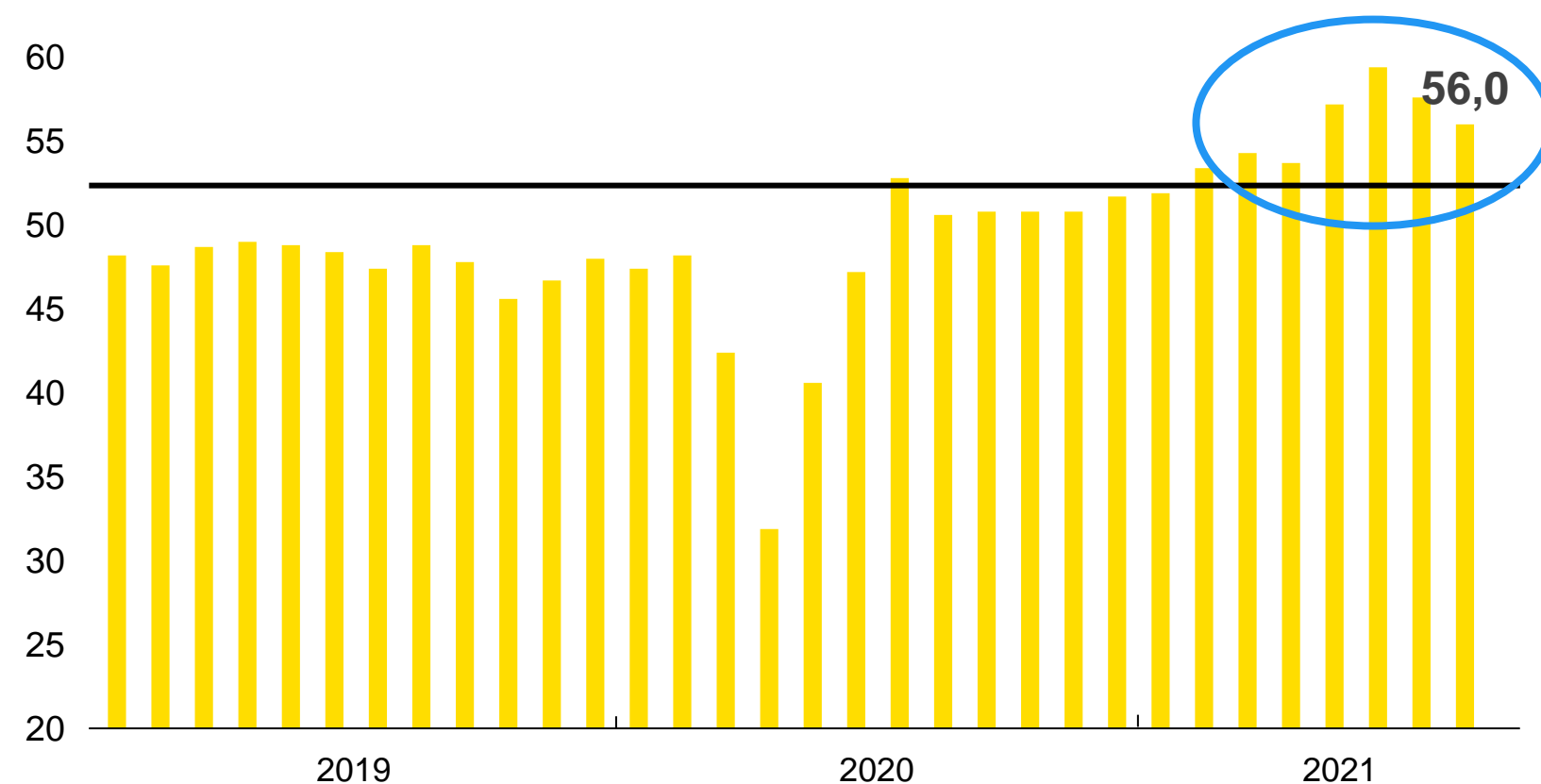




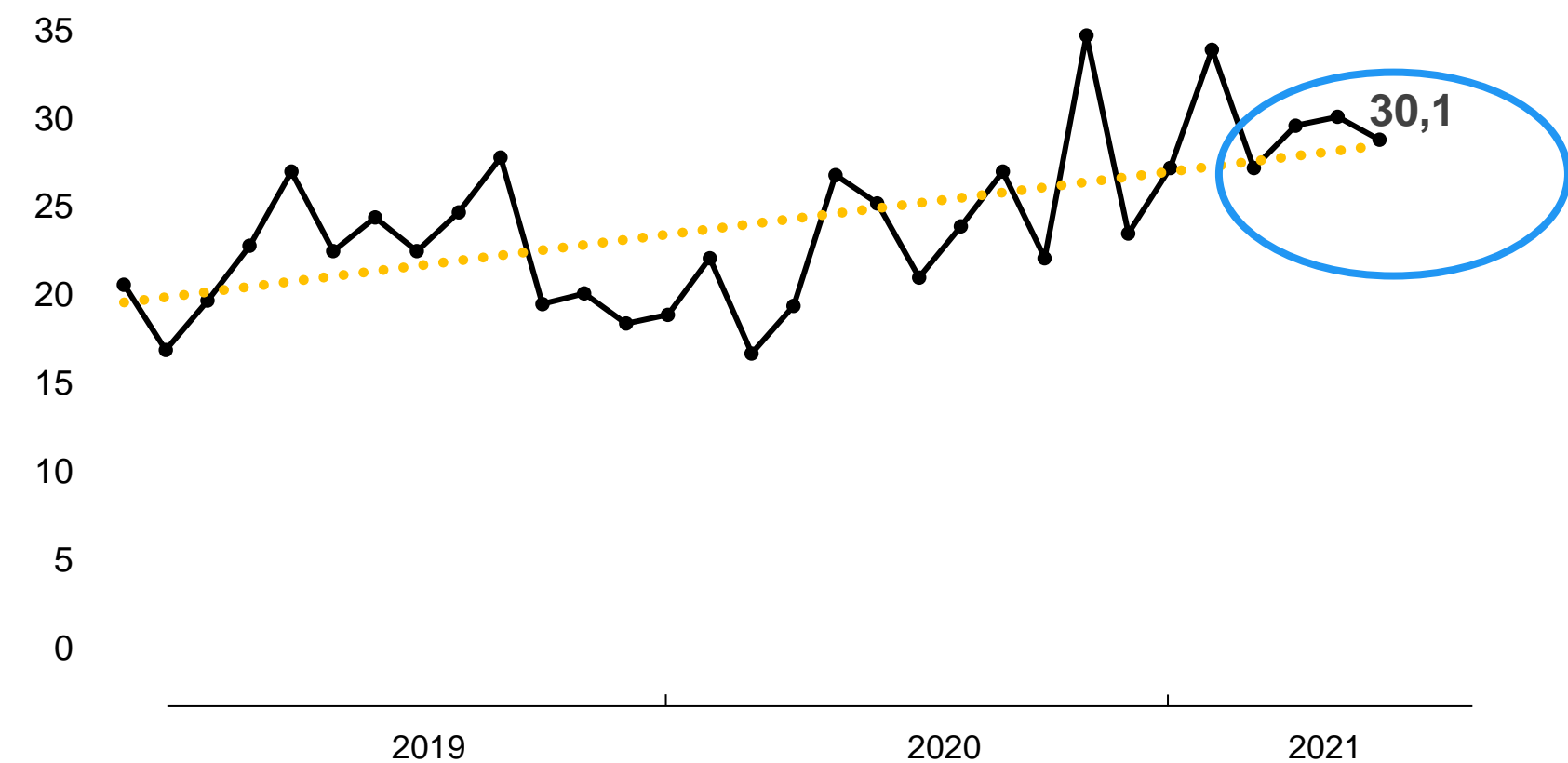
RYNKI DZIAŁALNOŚCI

Korzystne perspektywy w gospodarce

Wskaźnik PMI dla polskiej gospodarki*



Liczba wydanych pozwoleń na budowę mieszkań (tys.)

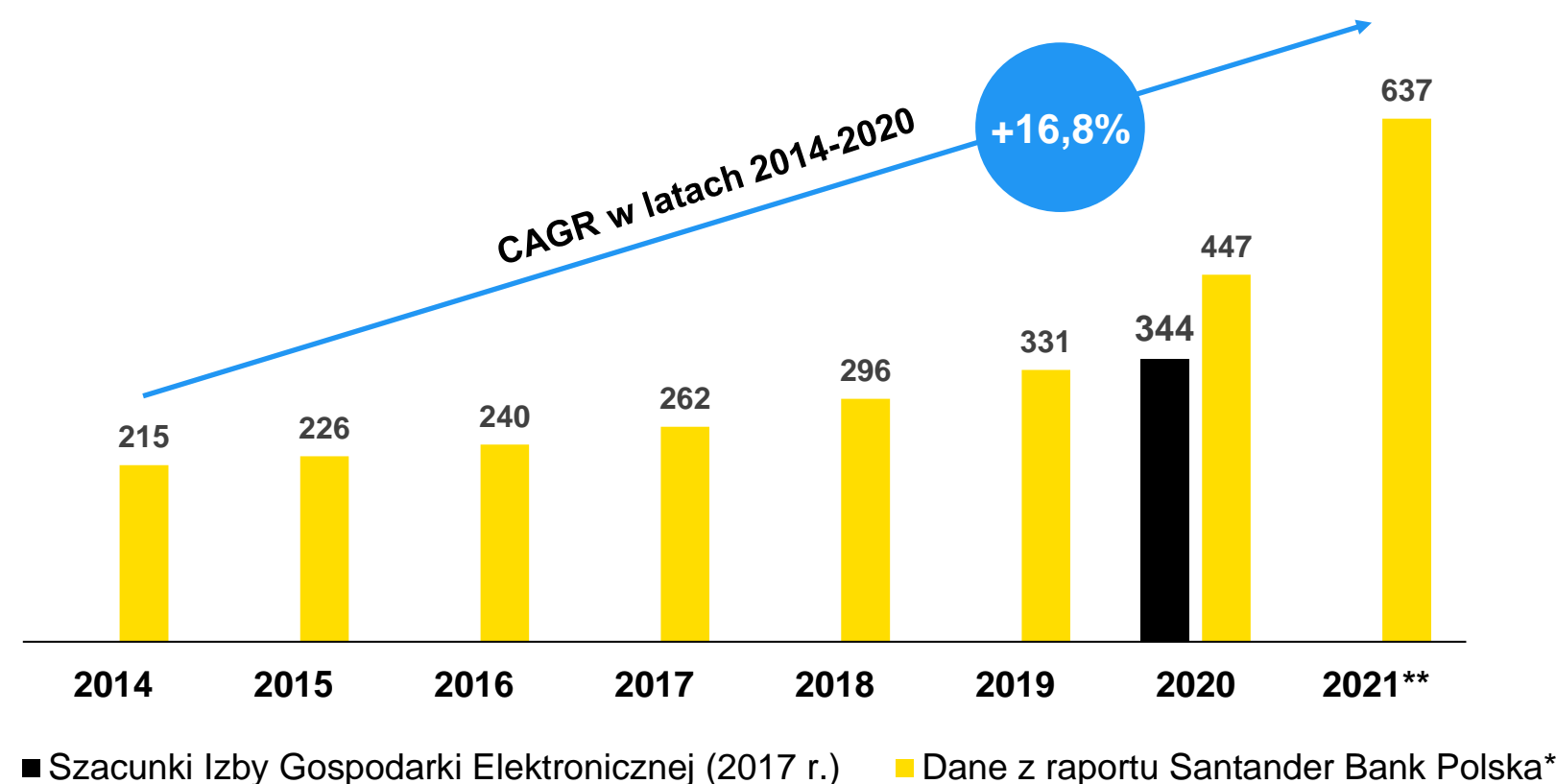


- Dane makro wskazują na odbudowę gospodarki po załamaniu wynikającym z pandemii COVID-19 stwarzając dobre warunki do dalszego dynamicznego rozwoju TIM S.A. i 3LP S.A.

E-commerce B2B długoterminowym czynnikiem wzrostu*

Dynamiczny wzrost zakupów wśród konsumentów oddziałuje również na **szybką digitalizację zakupów biznesowych**.

Wartość obrotów e-commerce B2B w Polsce (mld zł)



Wartość rynku e-commerce B2B na świecie (2019 r.)

21,8 bln USD

0,4%

Udział polskiego rynku w globalnym e-commerce B2B – **duży potencjał do wzrostu**

40% (do ok. 637 mld zł)

Szacowana dynamika e-commerce B2B w Polsce w 2021 r.

69% (+4 pkt proc. vs 2018)

Udział firm ogółem kupujących online w 2020 r.

63% (+20 pkt proc. vs 2018)

Udział firm z sektora przemysłowego kupujących online w 2020 r.

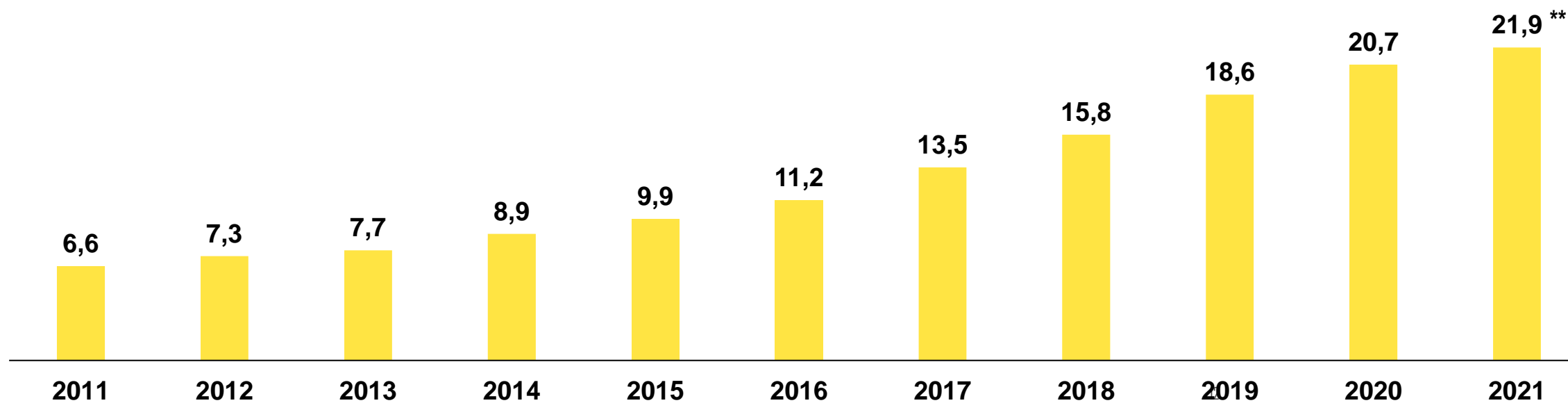
Efekty wdrożenia sprzedaży B2B online:

- wzrost liczby klientów (54% badanych firm),
- wzrost wyników sprzedażowych (43% badanych firm),
- wzrost marży ze sprzedaży (21% badanych firm).

* źródło: Raport Santander Bank Polska: „E-commerce B2B – biznes w sieci”, 2021.

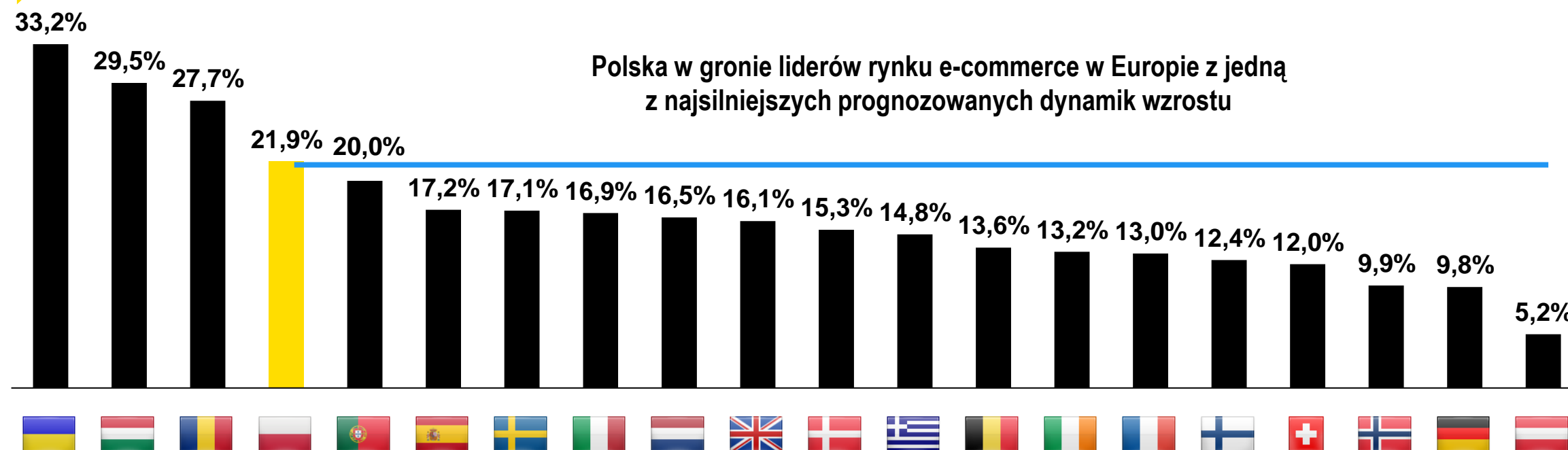
** prognoza

Zasoby powierzchni magazynowej w Polsce*



- 1 Dynamicznie rosnący segment e-commerce jest kluczowym czynnikiem wzrostu popytu na powierzchnię magazynową i profesjonalne usługi logistyczne.
- 2 Szacunkowy udział e-commerce (w różnych formach) przekracza już 1/3 całkowitego popytu na powierzchnię magazynową na polskim rynku.
- 3 Sytuacją związaną z pandemią COVID-19 potwierdziła, że posiadania sprawnych procesów logistycznych to fundamentalny element prowadzenia efektywnej działalności w kanale e-commerce.

Prognozowana dynamika wzrostu rynku e-commerce*



Zagraniczne podmioty aktywne w sektorze e-commerce chętnie przenoszą procesy logistyczne do Polski



* źródło: Euromonitor, Cushman & Wakefield.

** Dane na koniec 1H 2021, prognoza

kWh

0 2 7 4 8 ,

WYNIKI FINANSOWE

Podsumowanie operacyjne

1

Najlepsze półroczne wyniki finansowe w historii Grupy TIM

- 602 mln zł przychodów (+34% r/r*),
- 67 mln zł EBITDA (+123% r/r),
- 43 mln zł zysku netto (+357% r/r).

2

Przyjęta polityka dywidendowa oraz wypłata rekordowej dywidendy za 2020 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,
- Wypłata dywidendy za 2020 rok w wysokości 2,20 zł na akcję.

3

Realizacja części analitycznej projektu TIM 2.0

- Zakończony przegląd głównych procesów sprzedażowych realizowanych w Spółce,
- Analiza obecnej infrastruktury IT wspierającej realizację procesów sprzedażowych,
- Modelowanie zoptymalizowanych procesów oraz infrastruktury systemowej wspierającej realizację strategii rozwoju TIM.

4

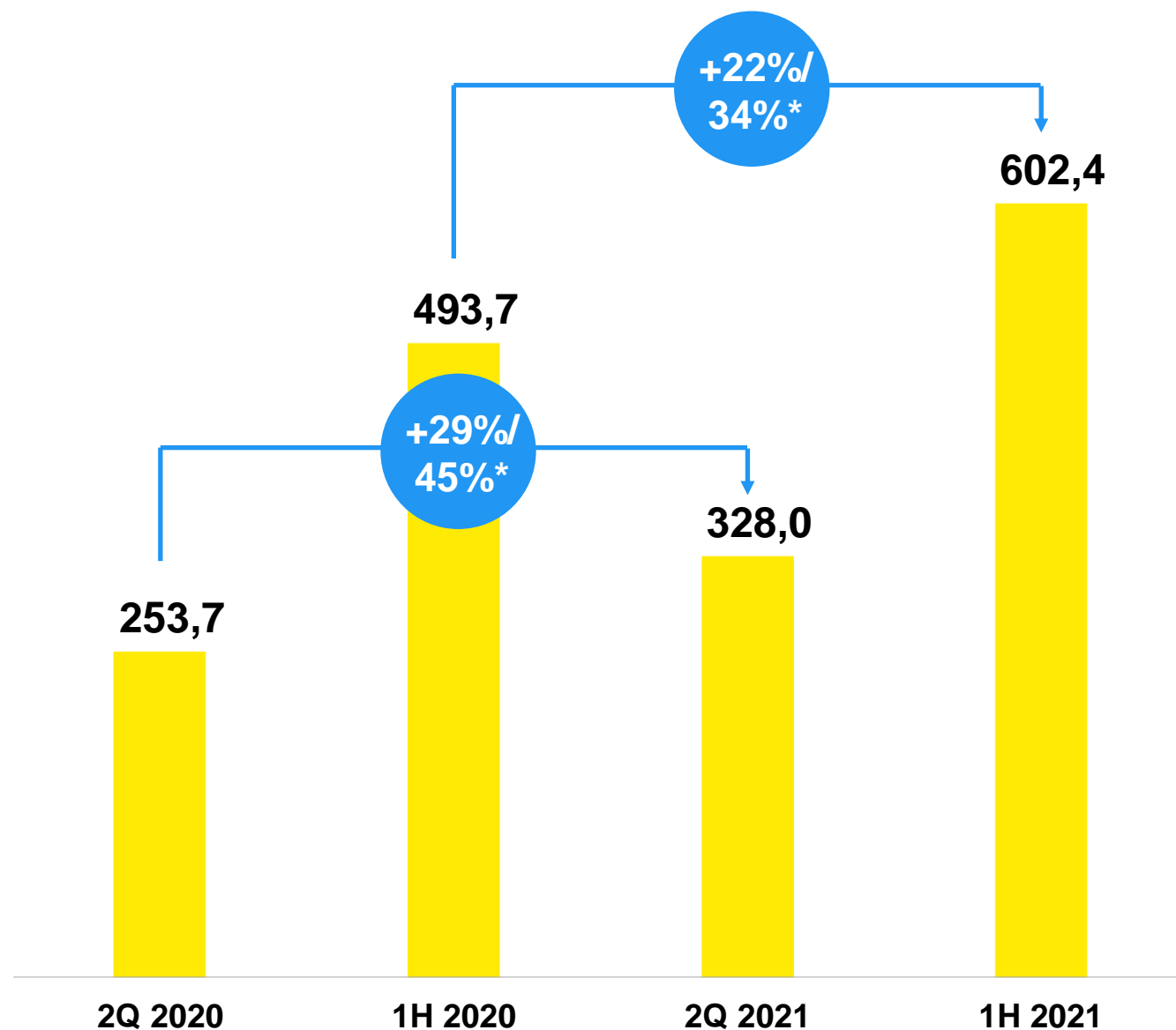
IPO

- Rozpoczęcie przygotowań do przeprowadzenia pierwszej oferty publicznej spółki zależnej 3LP S.A.,
- Założeniem jest pozyskanie środków na rozwój spółki, wyłączony sprzedaż obecnych akcji przez TIM S.A.,
- Planowany termin przeprowadzenia transakcji: 1H 2022 r.

* Po doprowadzeniu danych do porównywalności tj. bez uwzględnienia przychodów Rotopino.pl S.A. w I półroczu 2020 r. (spółka opuściła Grupę TIM z końcem 2020 r.)

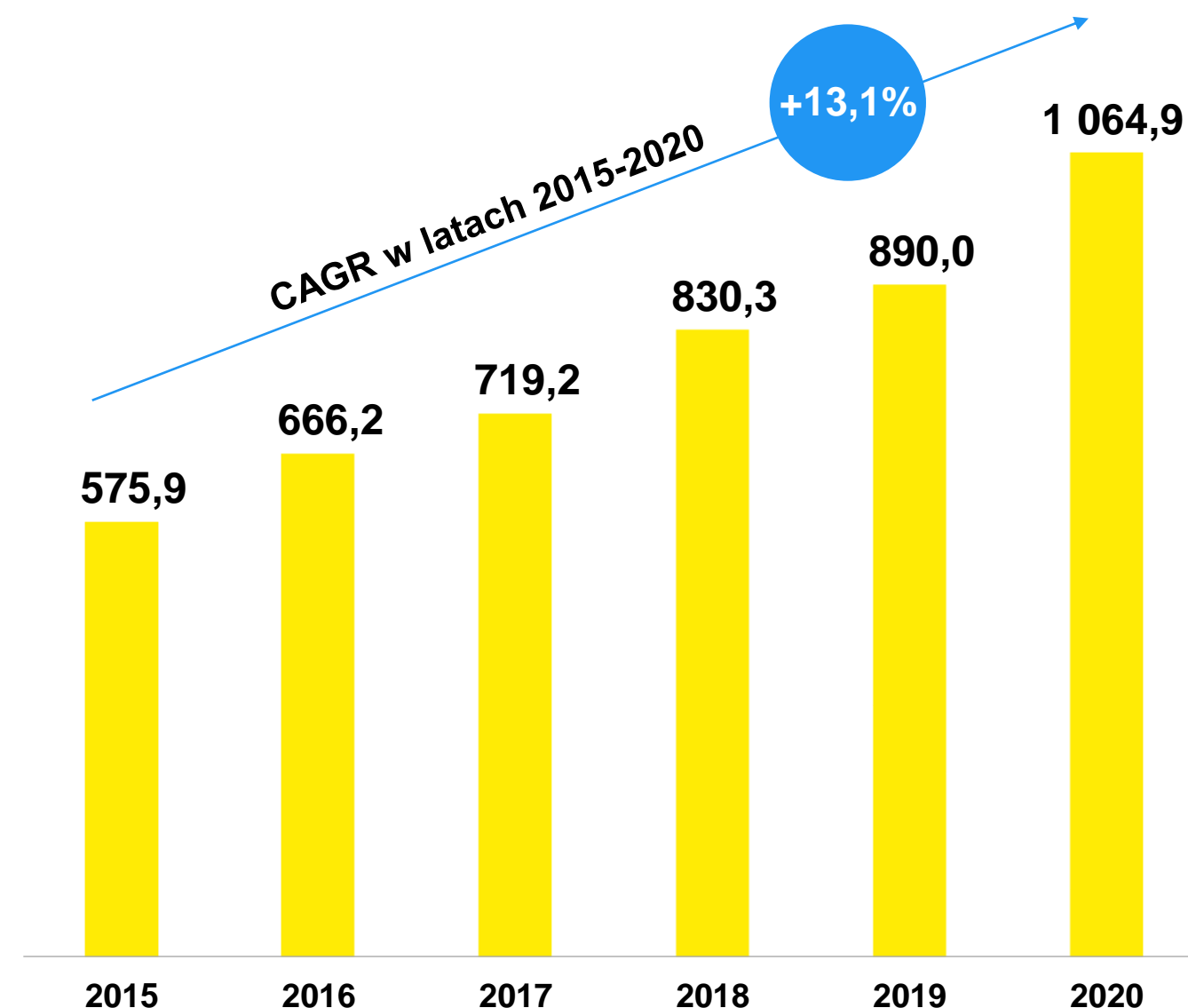
Grupa TIM - dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży (mln zł)



- W II kwartale 2021 roku przyspieszenie tempa wzrostu sprzedaży wobec okresie styczeń-marzec br.,
- Po 8 mies. 2021 r. (ostatnie raportowane dane), TIM z 789,1 mln zł przychodów (+33,4% r/r).

Przychody w latach 2015-2020 (mln zł) i ich średnioroczny wzrost

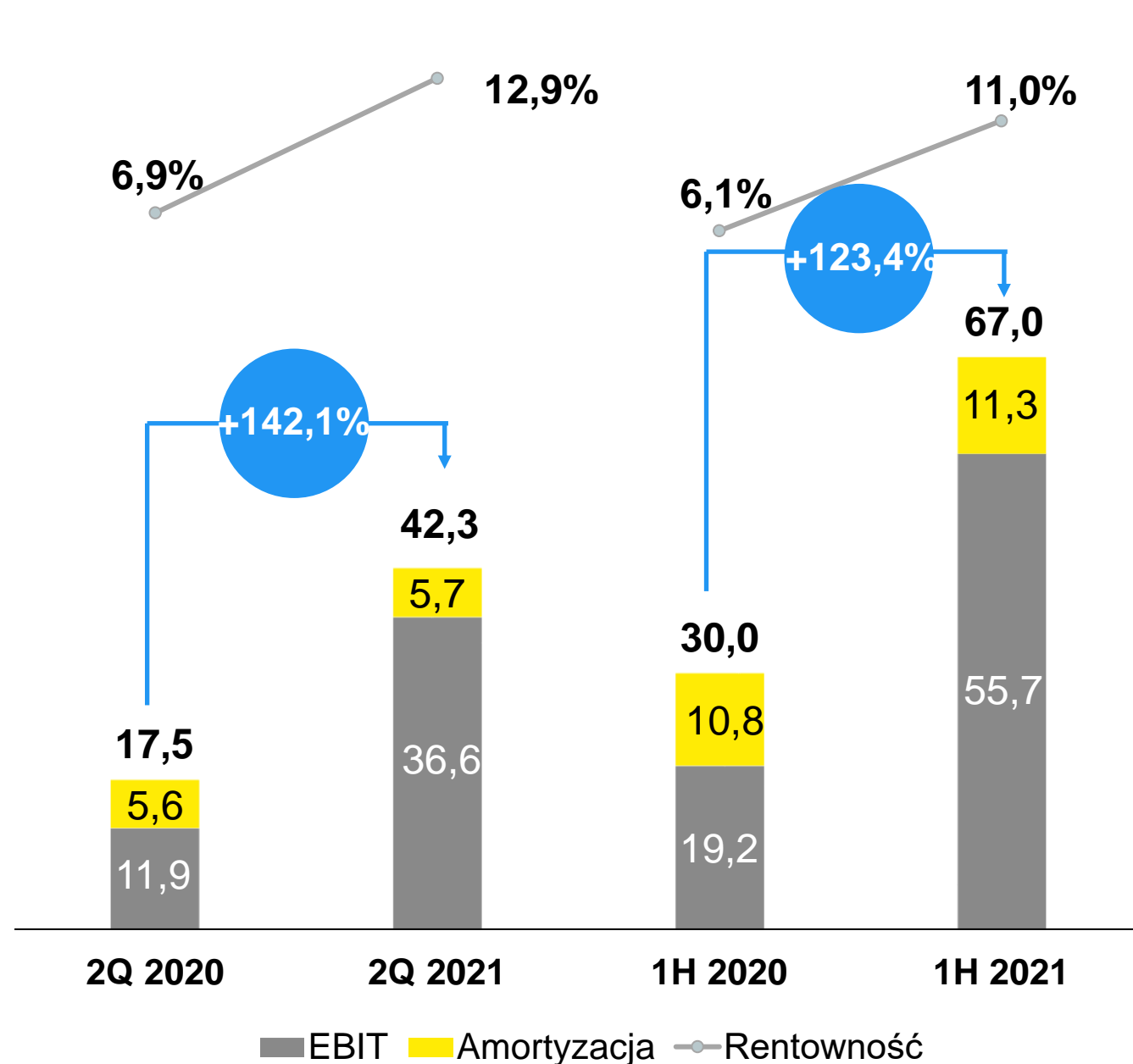


- Niemal podwojenie obrotów w latach 2015-2020 potwierdza ambicje rozwojowe Grupy

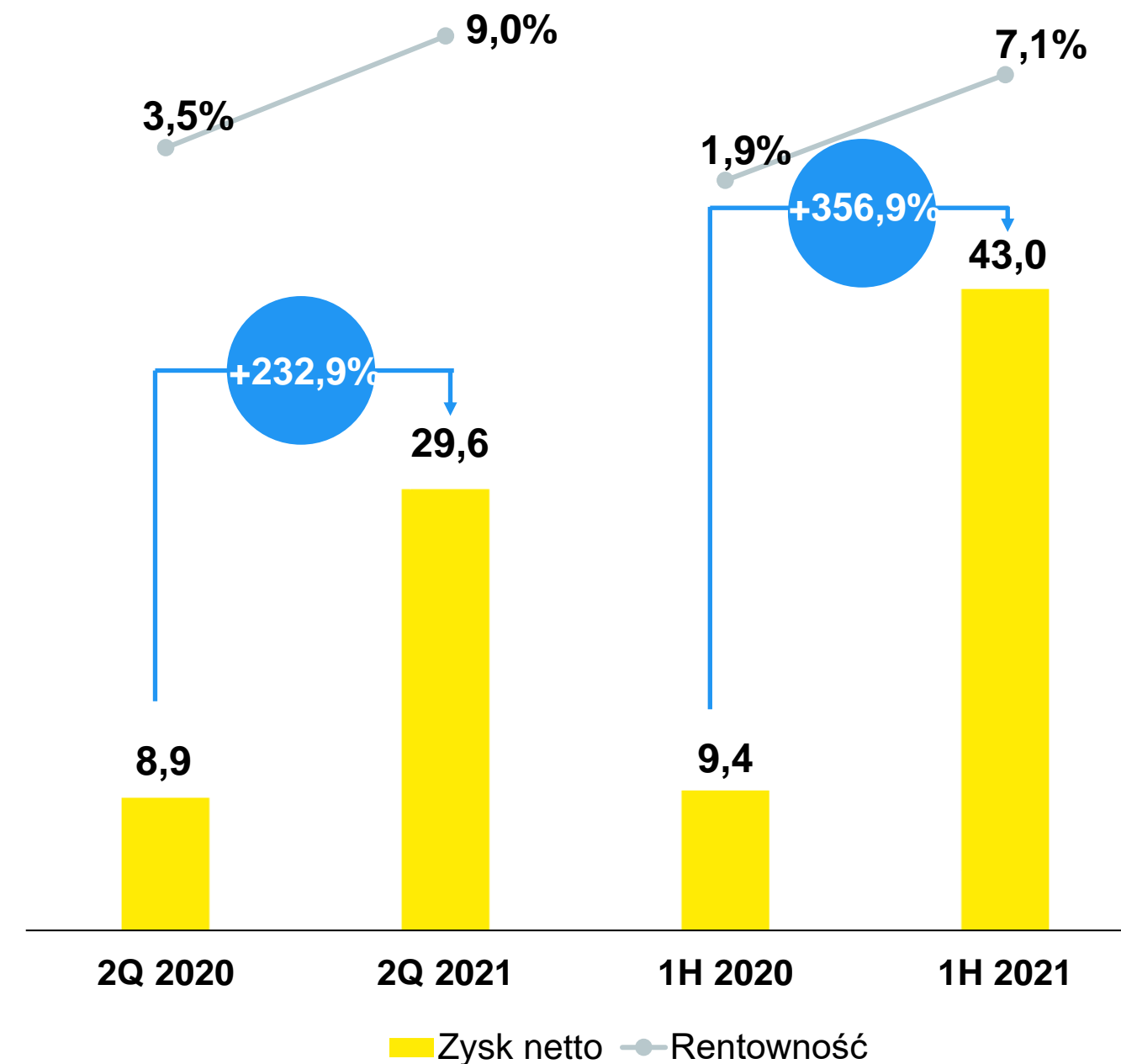
*z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży Rotopino.pl

Grupa TIM - Wzrost zysków i marż

EBITDA (mln zł)



Zysk netto (mln zł)

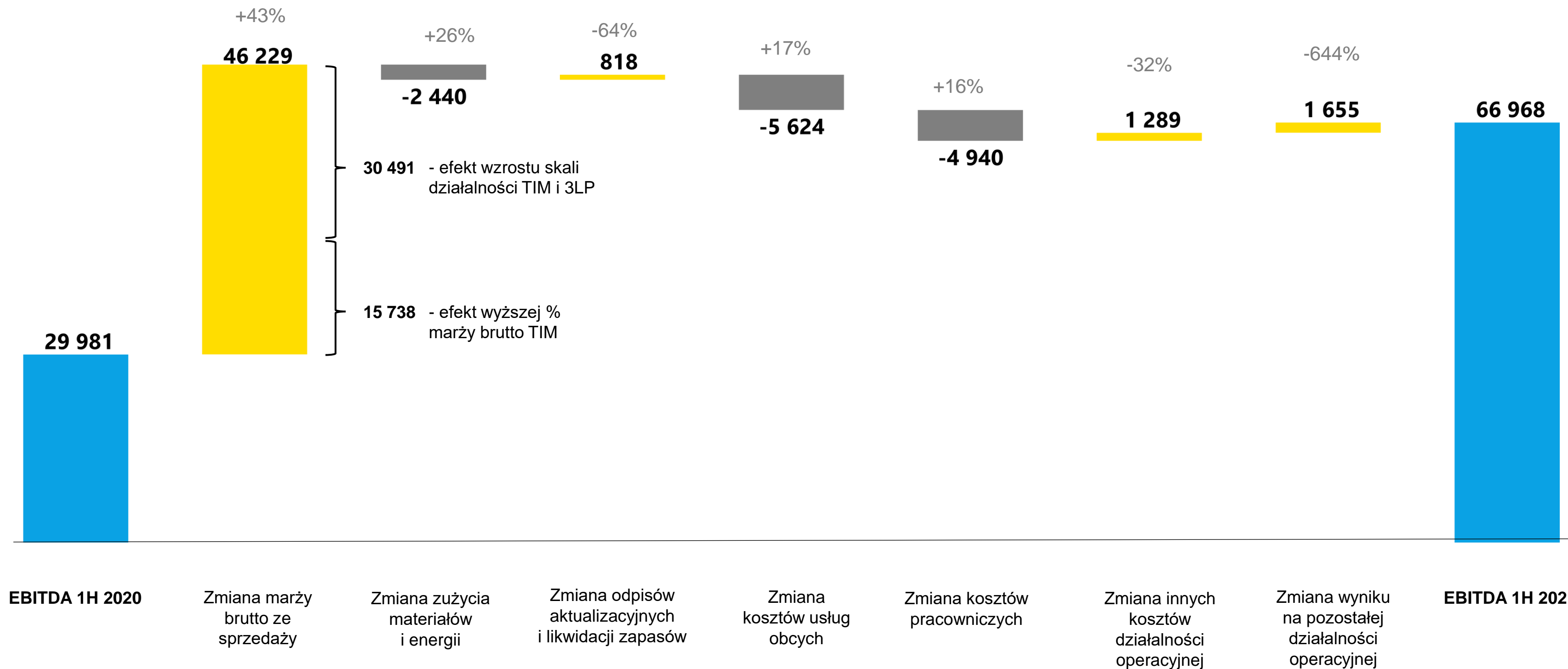


- Skokowo wyższe zyski EBITDA w raportowanych okresach,
- Podwojenie marż wobec okresów z 2020 roku.

- II kw. 2021 roku z najwyższym w historii kwartalnym zyskiem netto

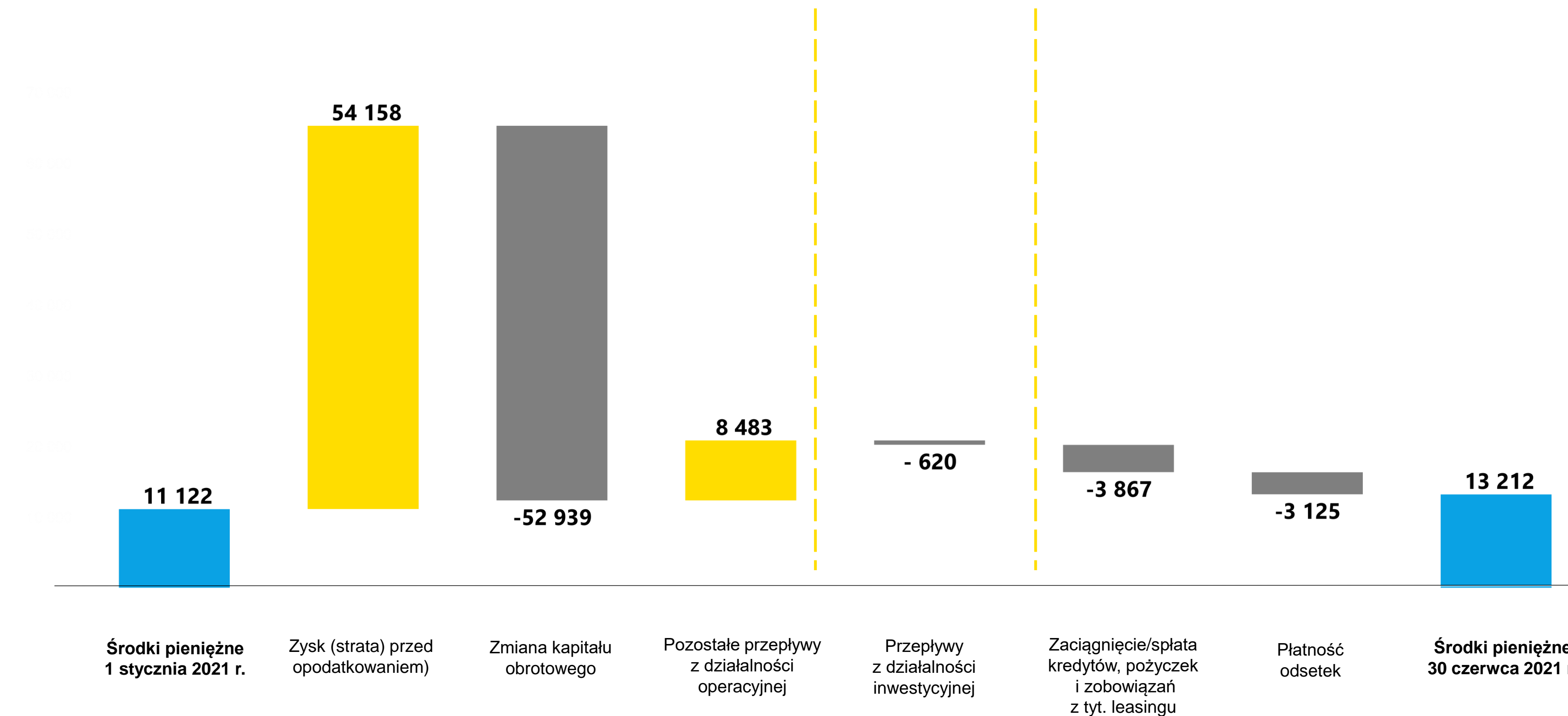
Grupa TIM - dekompozycja zysku EBITDA

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



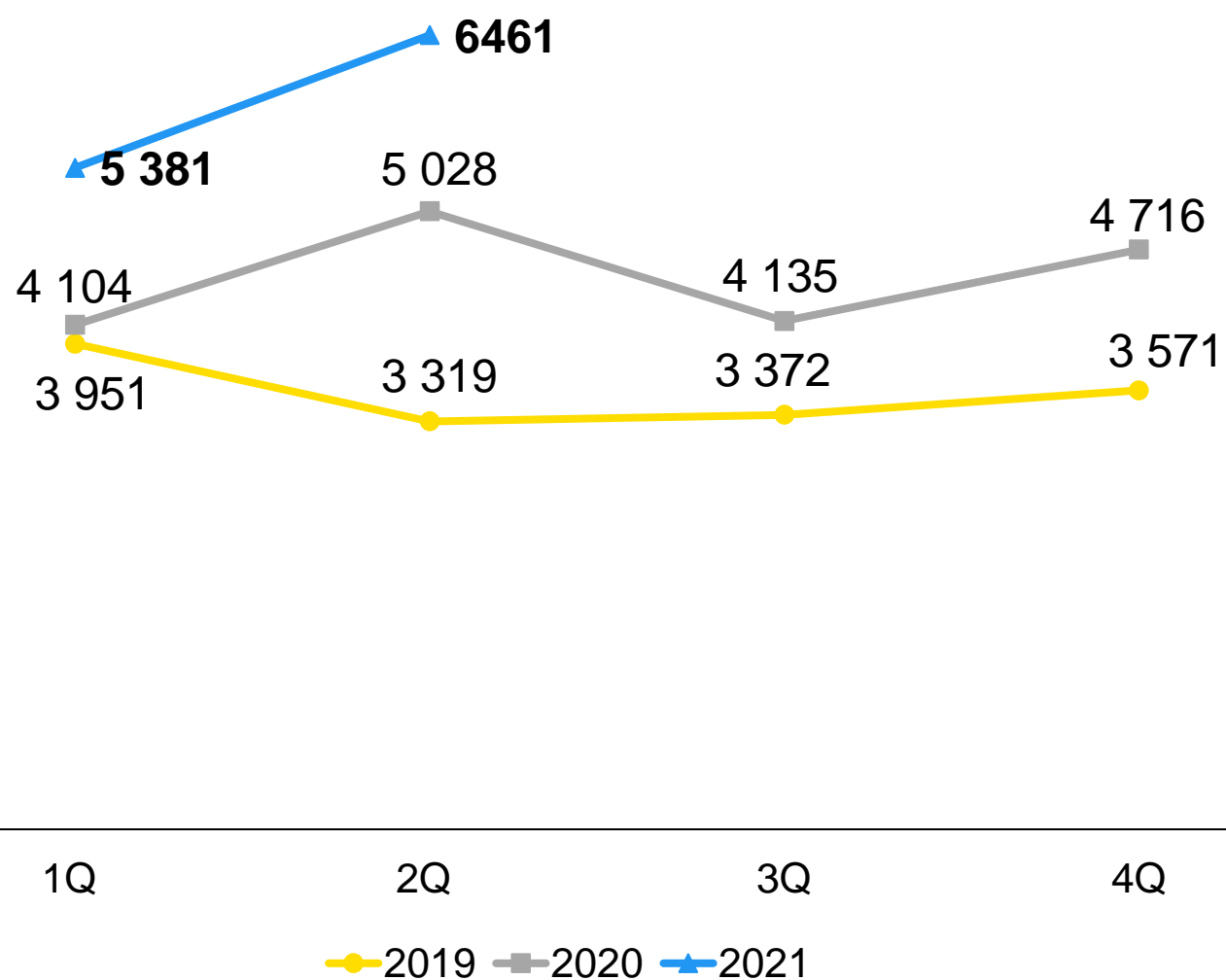
Grupa TIM - stabilne przepływy pieniężne

- W I półroczu 2021 r. przepływy operacyjne wyniosły 9,7 mln zł i w pełni pokryły wydatki inwestycyjne oraz finansowe.



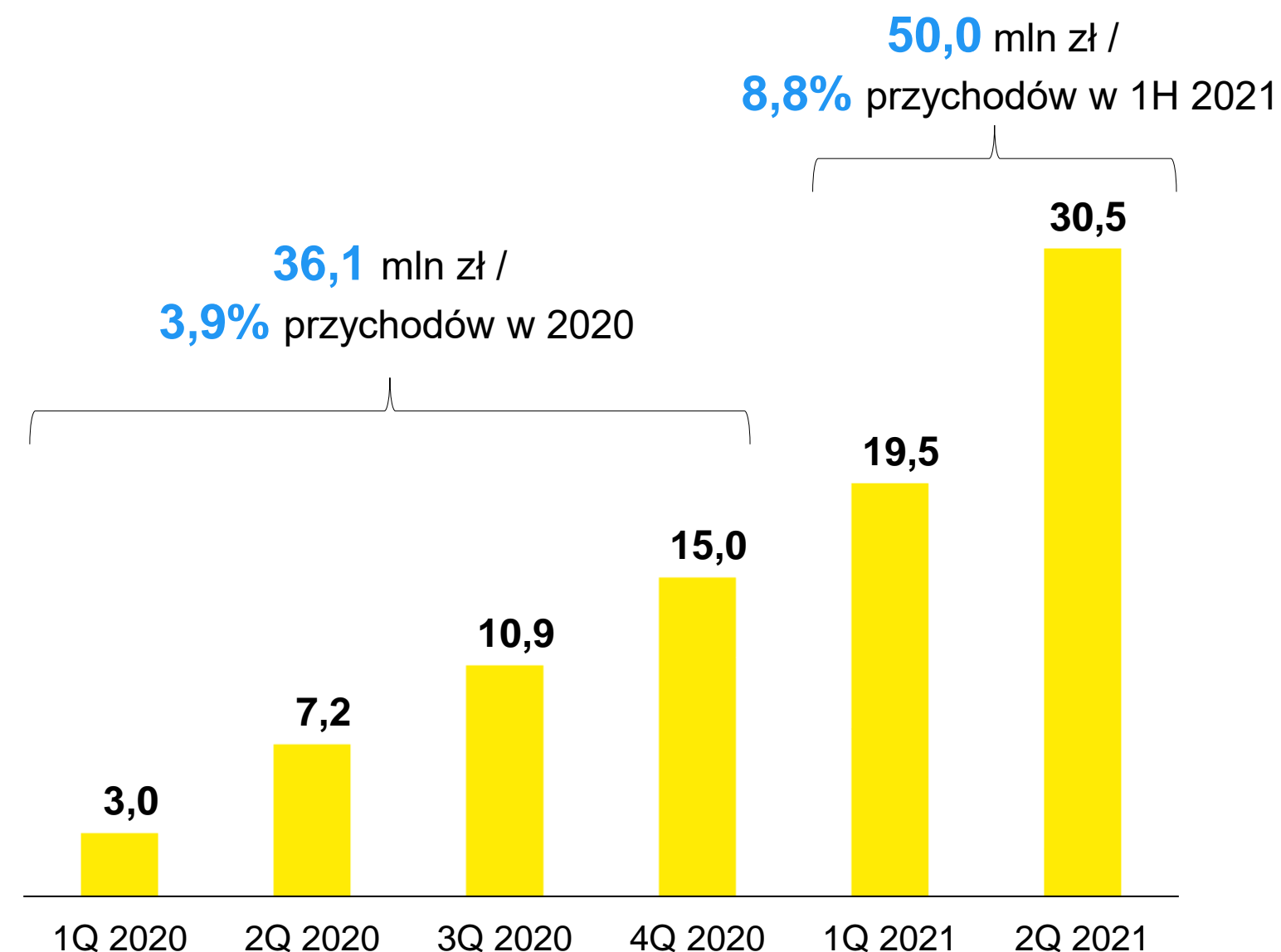
TIM S.A. – systematyczna poprawa wskaźników sprzedaży

Liczba nowych zarejestrowanych klientów na TIM.pl



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

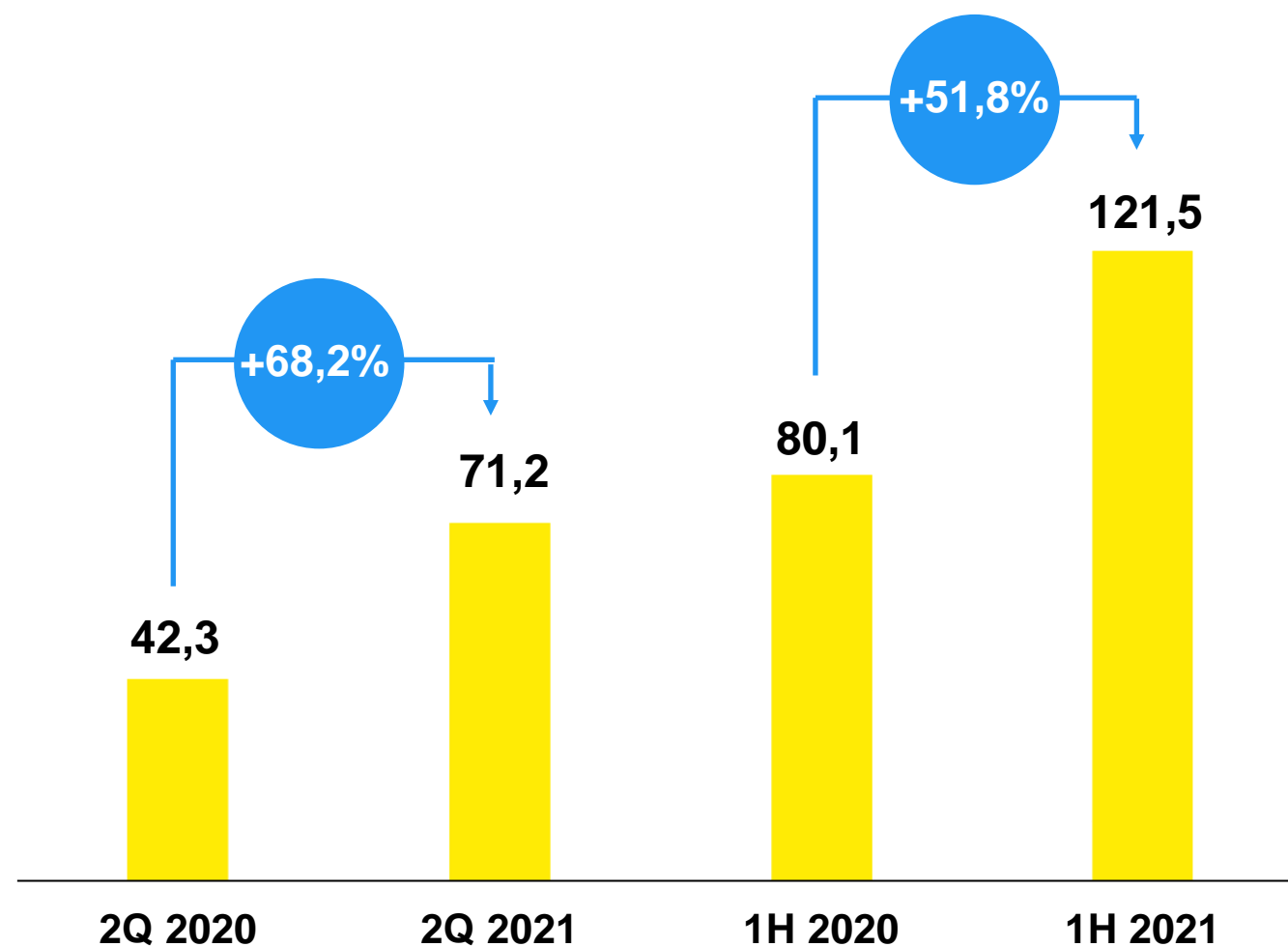
Sprzedaż do klientów zarejestrowanych na TIM.pl



- Z każdym kwartałem rośnie wartość sprzedaży do nowych klientów,
- Sprzedaż do nowych klientów stanowi blisko 9% całkowitej sprzedaży wygenerowanej w I półroczu 2021 roku.

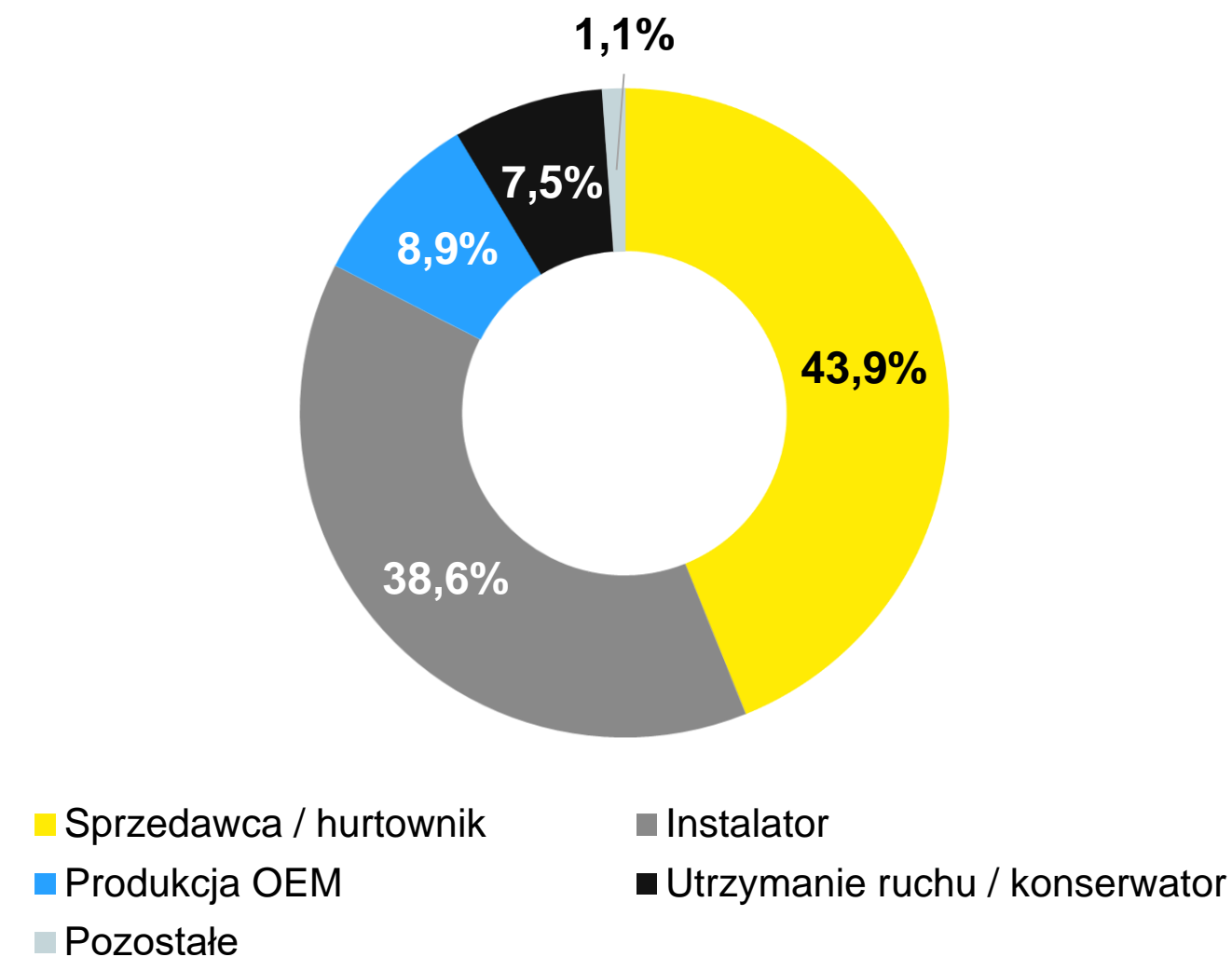
TIM S.A. rentowność sprzedaży i segmentacja

Marża brutto na sprzedaży (mln zł)



- W II kwartale i I półroczu br. dynamiczny wzrost nominalnego zysku brutto ze sprzedaży połączony z wyższą marżą handlową.

Przychody w podziale na segmenty klientów (%)



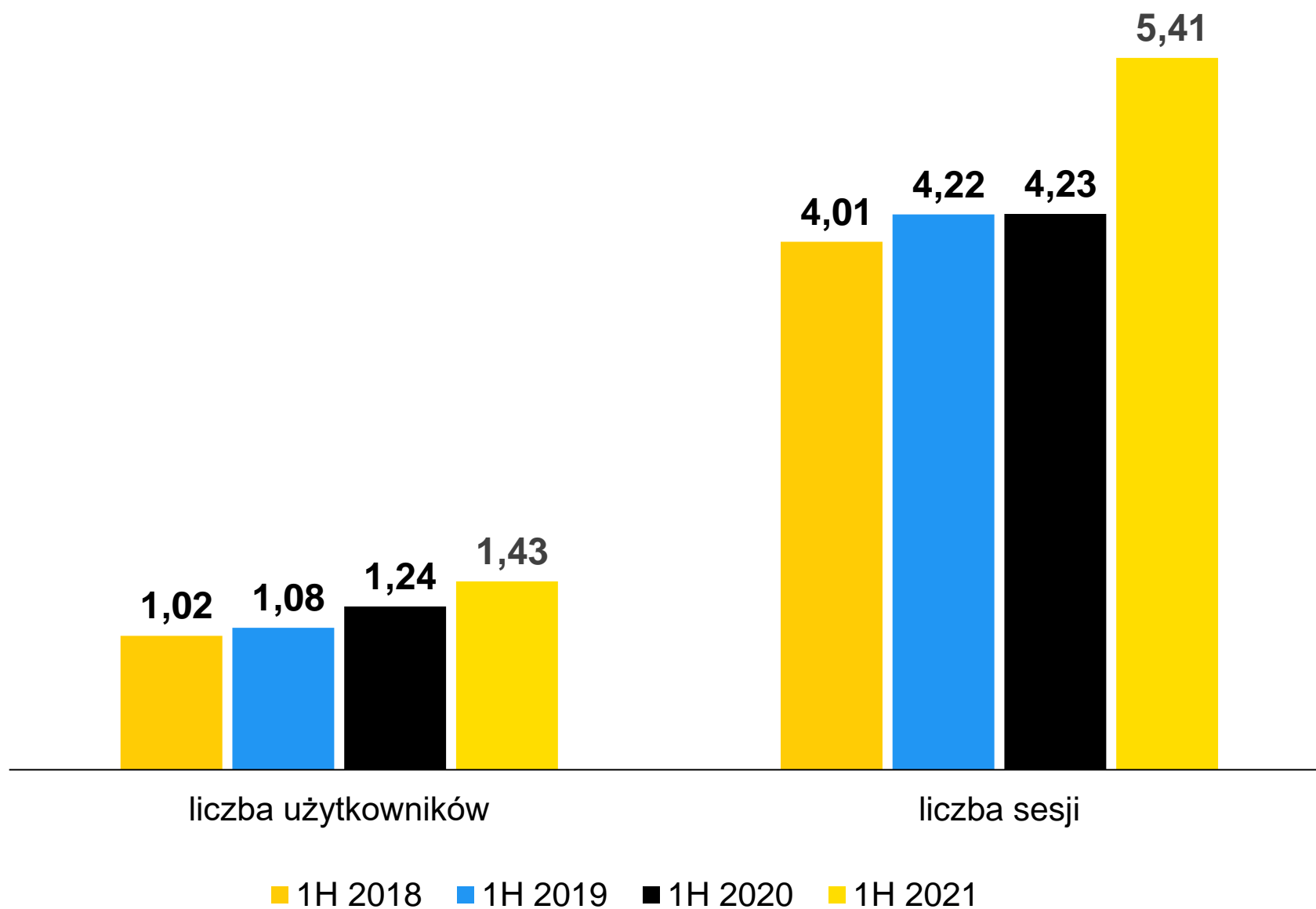
- Na koniec 1H 2021 liczba klientów kluczowych* wyniosła 16 066, tj. wzrosła o **18,9% r/r.**

* 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



55,6% (+7 pkt proc. vs 2020)

użytkowników pochodzi z ruchu organicznego (SEO)

26,7% (- 6 pkt proc. vs 2020)

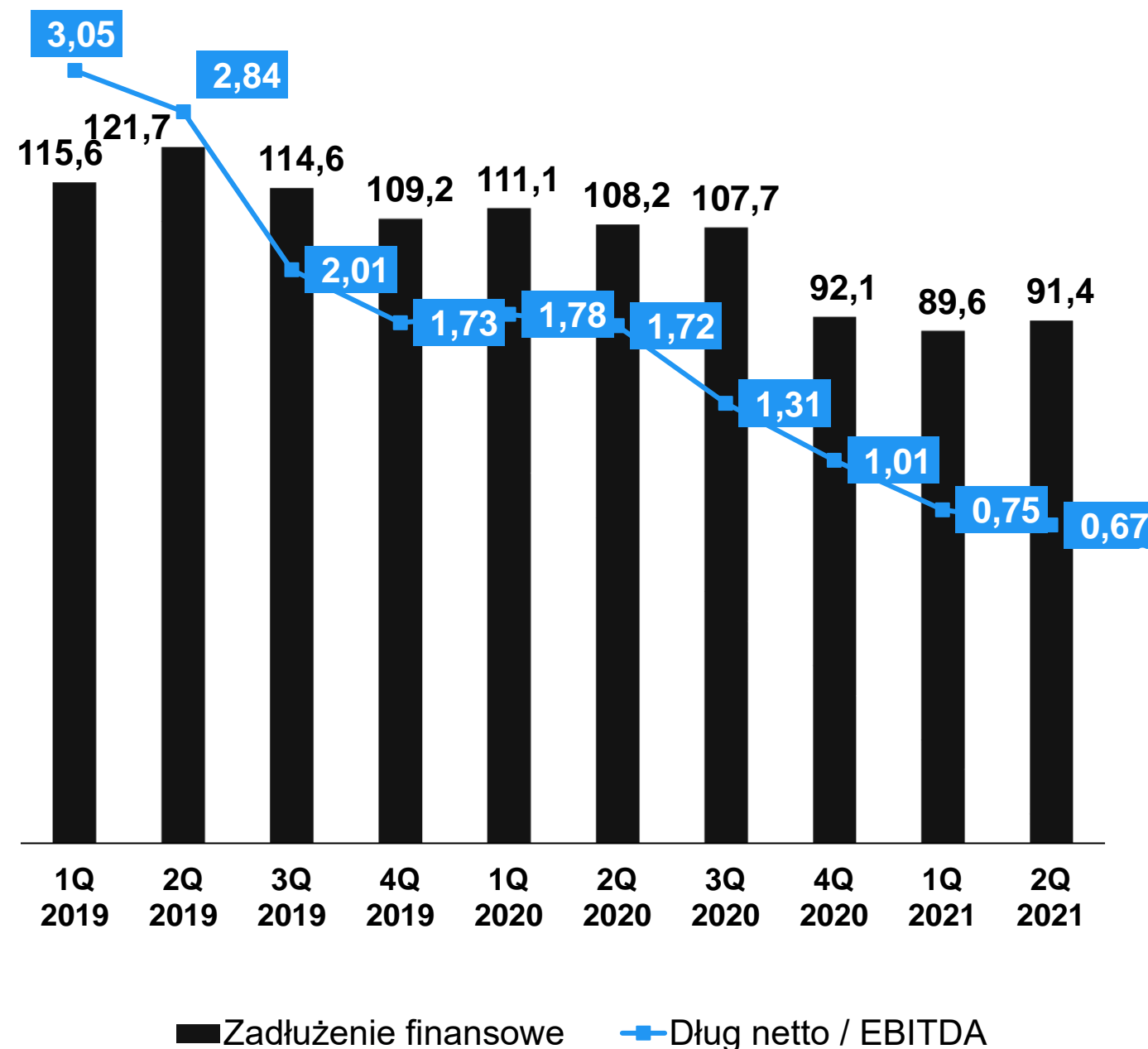
stanowi udział ruchu z kanału Ads

13,1% (- 2 pkt proc. vs 2020)

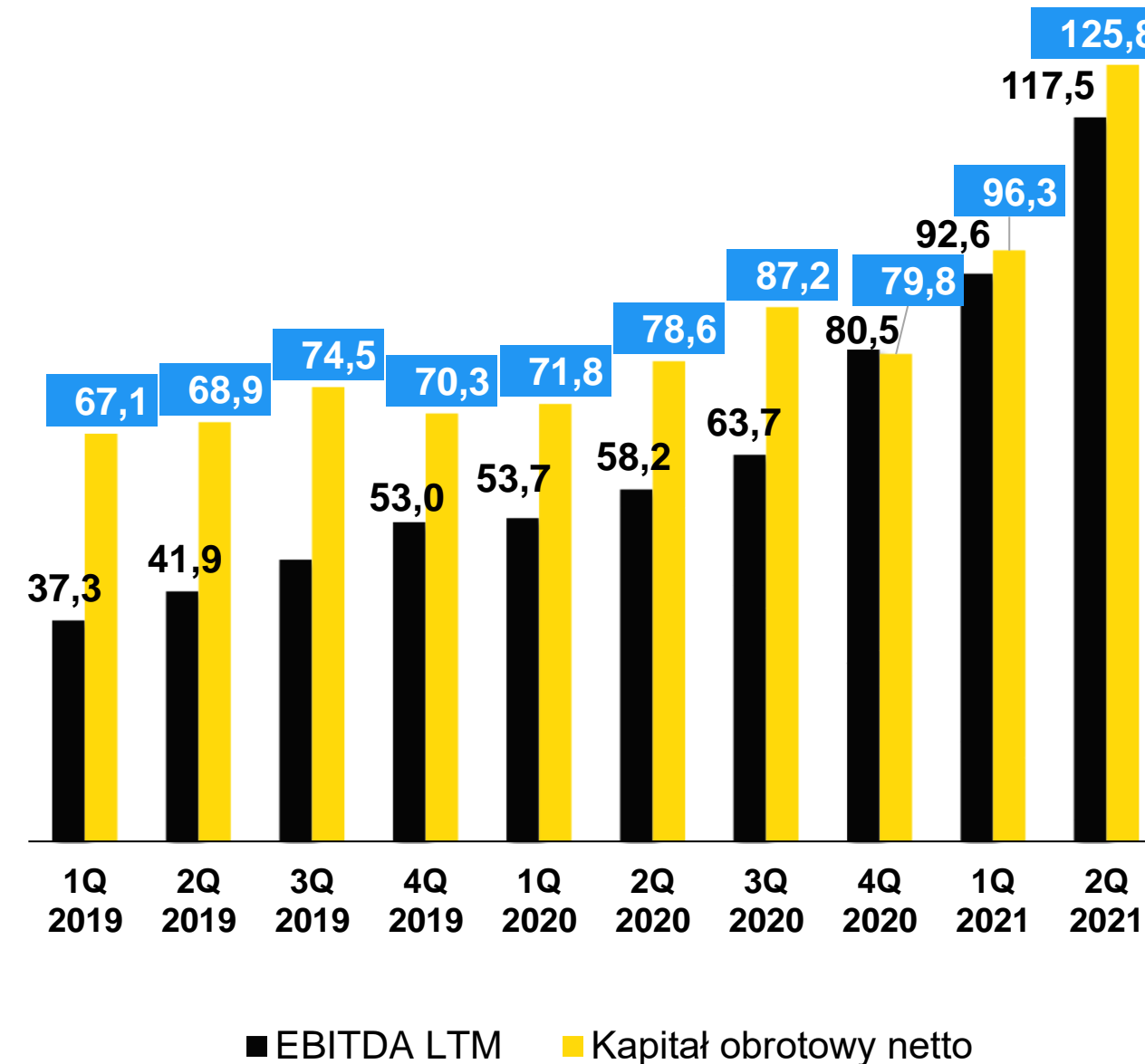
użytkowników wchodzi bezpośrednio na TIM.pl (ruch *direct*)

Grupa TIM - zdrowa sytuacja finansowa

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



EBITDA LTM i kapitał obrotowy netto (mln zł)



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

Efektywne wykorzystanie wzrostu kapitału obrotowego netto.

MOSCA
EXCELLENCE IN STRAPPING SOLUTIONS

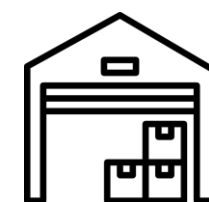
3LP S.A.



Profil biznesowy 3LP S.A.

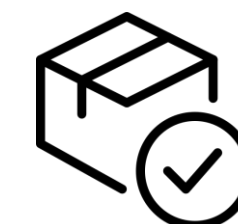
#1

Jeden z największych i najdynamiczniej rozwijających się podmiotów oferujących kompleksowe i zautomatyzowane usługi fulfillmentu dla firm z branży e-commerce w Polsce



>80tys.

Zarządzania powierzchnia magazynowa w mkw.

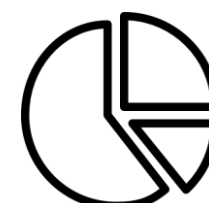


>5,2mln

Zrealizowane wysyłki w okresie 2H 2020 – 1H 2021; ponad +33% r/r

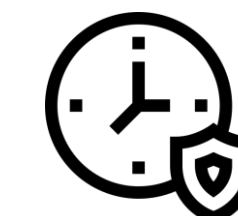
#2

Model biznesowy nakierowany na obsługę fulfillmentu dla wymagającego segmentu e-commerce (jakość, elastyczność, zmienne wynagrodzenie, zwroty)



>50%

Ponad 50% przychodów w segmencie usług fulfillmentu jest generowanych przez klientów spoza GK TIM



>97%

Terminowość dostaw – średnia w okresie 2H 2020 – 1H 2021

#3

Rosnąca dywersyfikacja przychodów – ponad połowa przychodów z segmentu fulfillmentu jest generowana przez kilkunastu klientów spoza grupy kapitałowej TIM S.A.



0,1%

Odsetek błędów



24%

CAGR przychodów w latach 2018-2020

#4

Doskonałość operacyjna potwierdzona ponad 97% terminowością dostaw i minimalnym odsetkiem błędów (0,1%)

Kamienie milowe w rozwoju spółki



VII 2016

Start działalności 3LP S.A. poprzez wydzielenie Działu Logistyki TIM S.A.

IV 2017

Nawiązanie współpracy z Oponeo.pl

VIII 2018

Nawiązanie współpracy z Ikea

XI 2020

Modyfikacja strefy załadunków o nowe systemy automatyzujące

2020

Przekroczenie poziomu ponad PLN 100 mln przychodów rocznie

3LP



oponeo



**+100
mln**



VIII 2016

Rozbudowa obiektu logistycznego do 40 tys. m²

X 2017

Umowa z THG (CUBY shuttle system) – rozbudowa automatyki

XII 2018 – III 2019

Zwiększenie zarządzanej powierzchni magazynowej o ponad 20 tys. m², w tym o nowy magazyn w Wojkowicach

2019 / 2020

Rozbudowa zarządzanej powierzchni magazynowej o kolejne 20 tys. m²

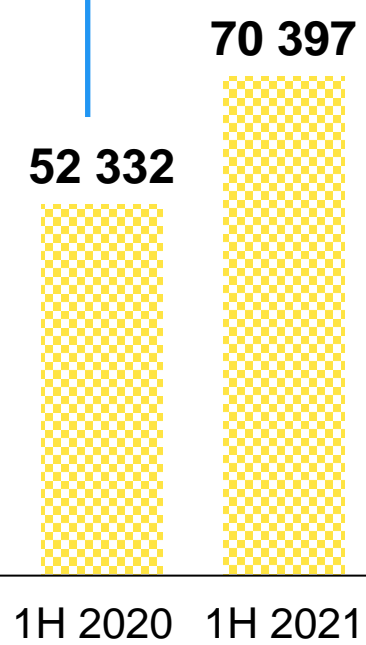
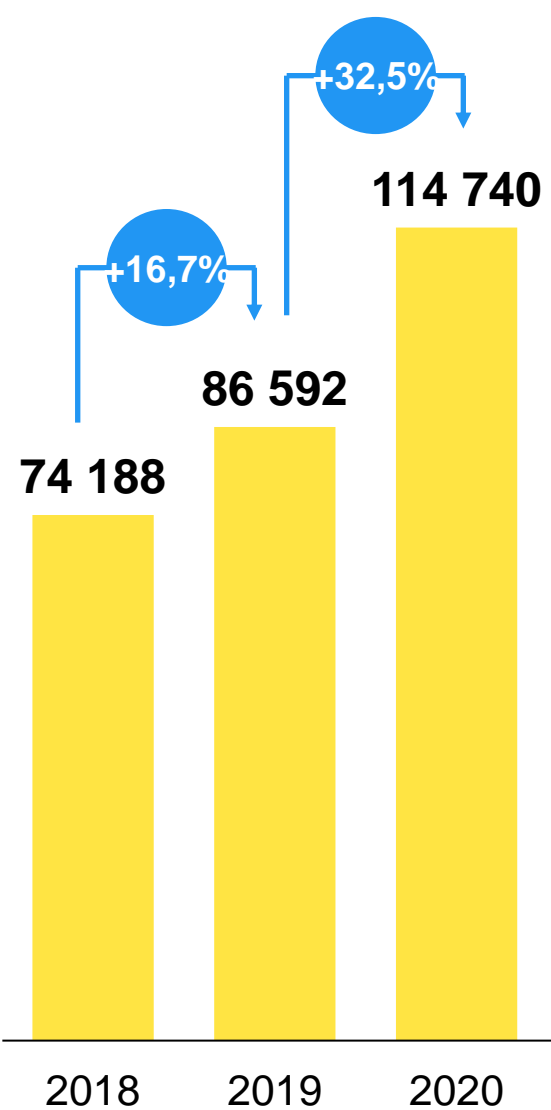
Rozbudowa powierzchni magazynowej o 25 tys. m² w Siechnicach



Rosnąca dywersyfikacja przychodów

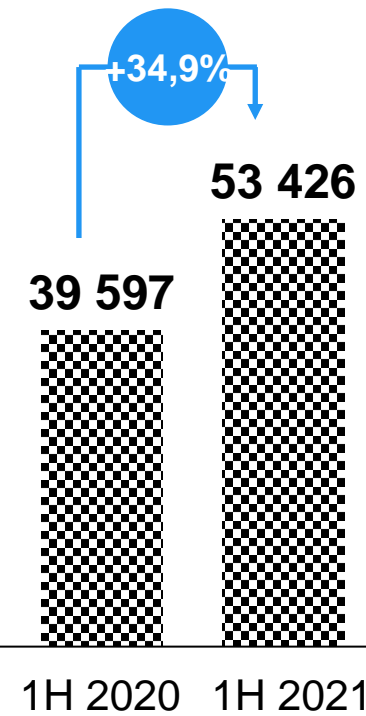
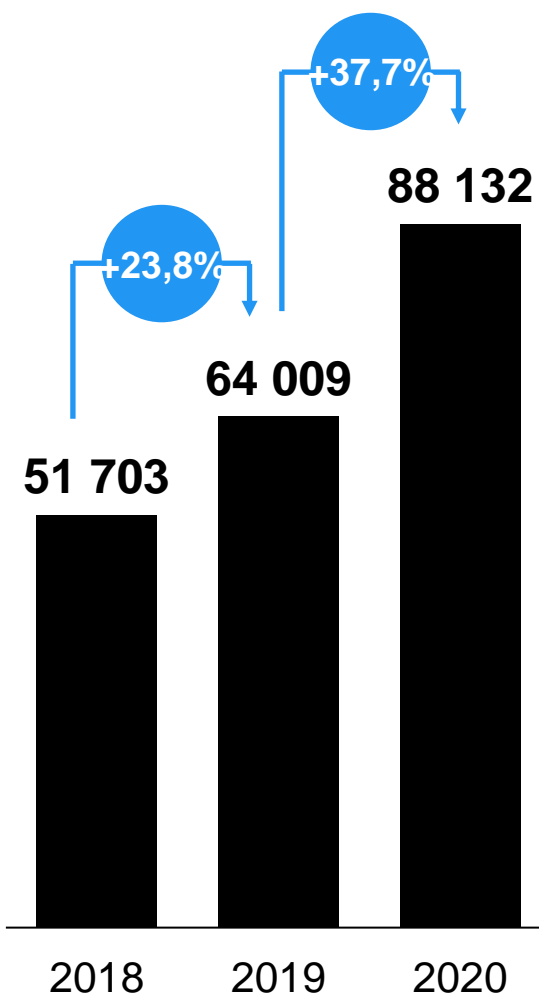
Przychody całkowite

w tys.



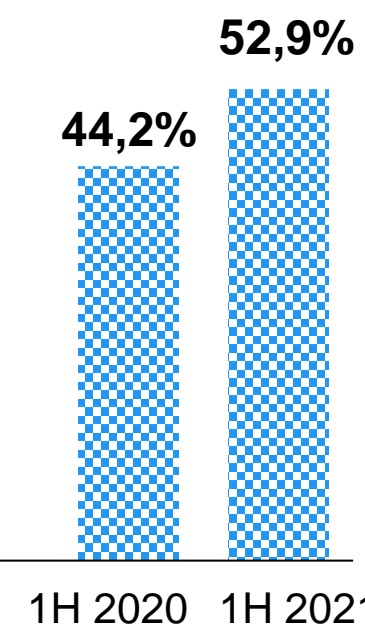
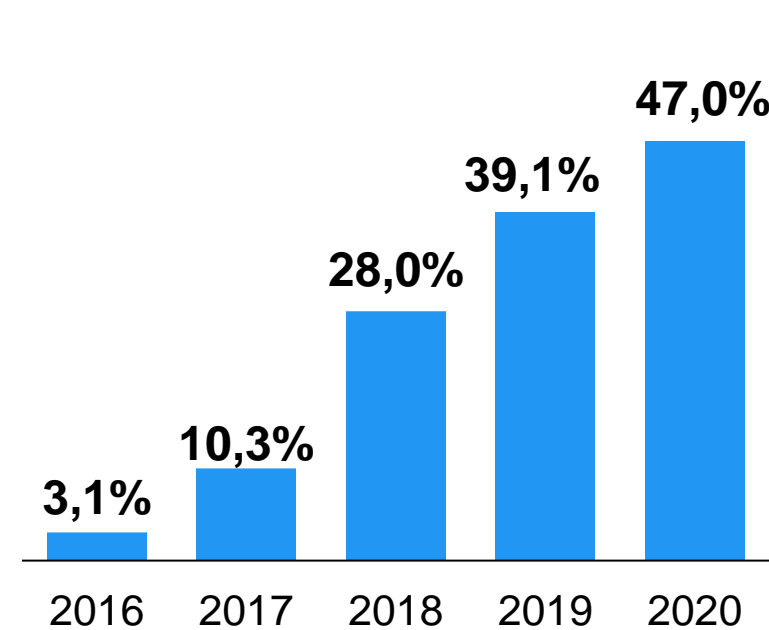
Przychody z usług fulfillmentu

w tys.



Przychody generowane poza GK TIM

%

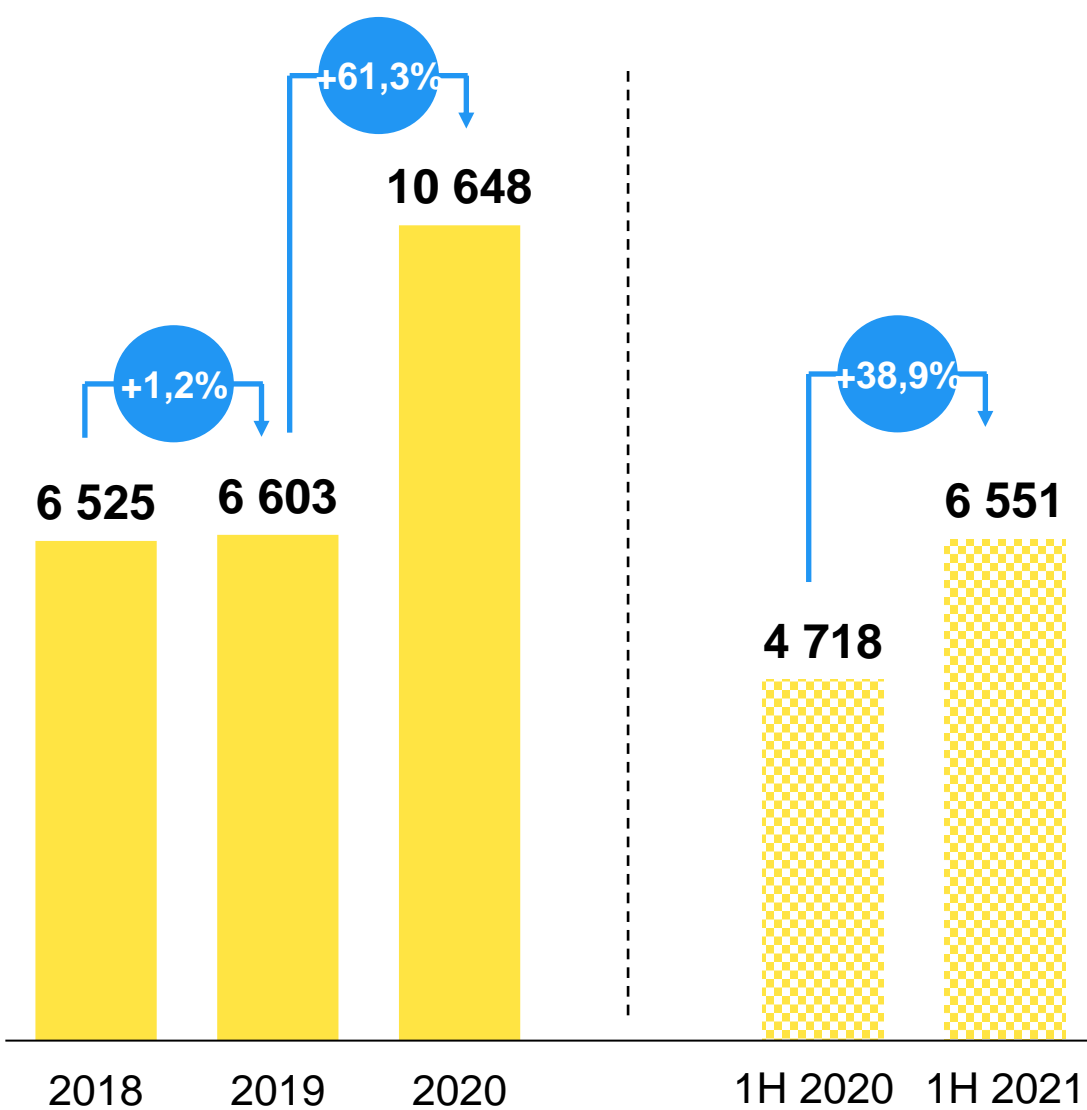




Dynamiczny wzrost skali biznesu

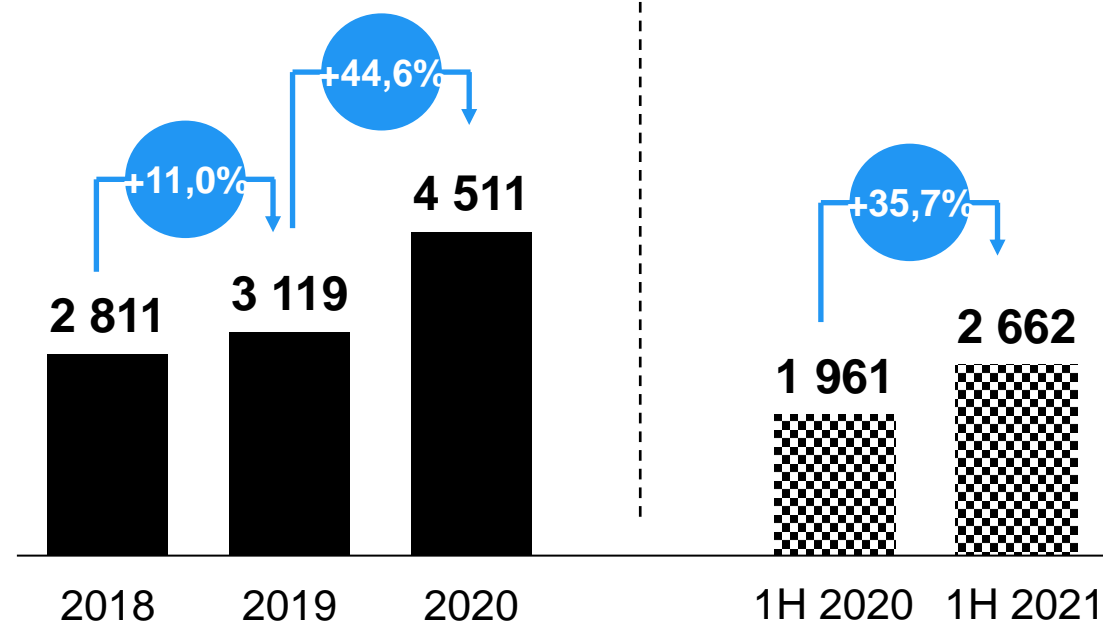
Liczba zrealizowanych linii zamówień

w tys.



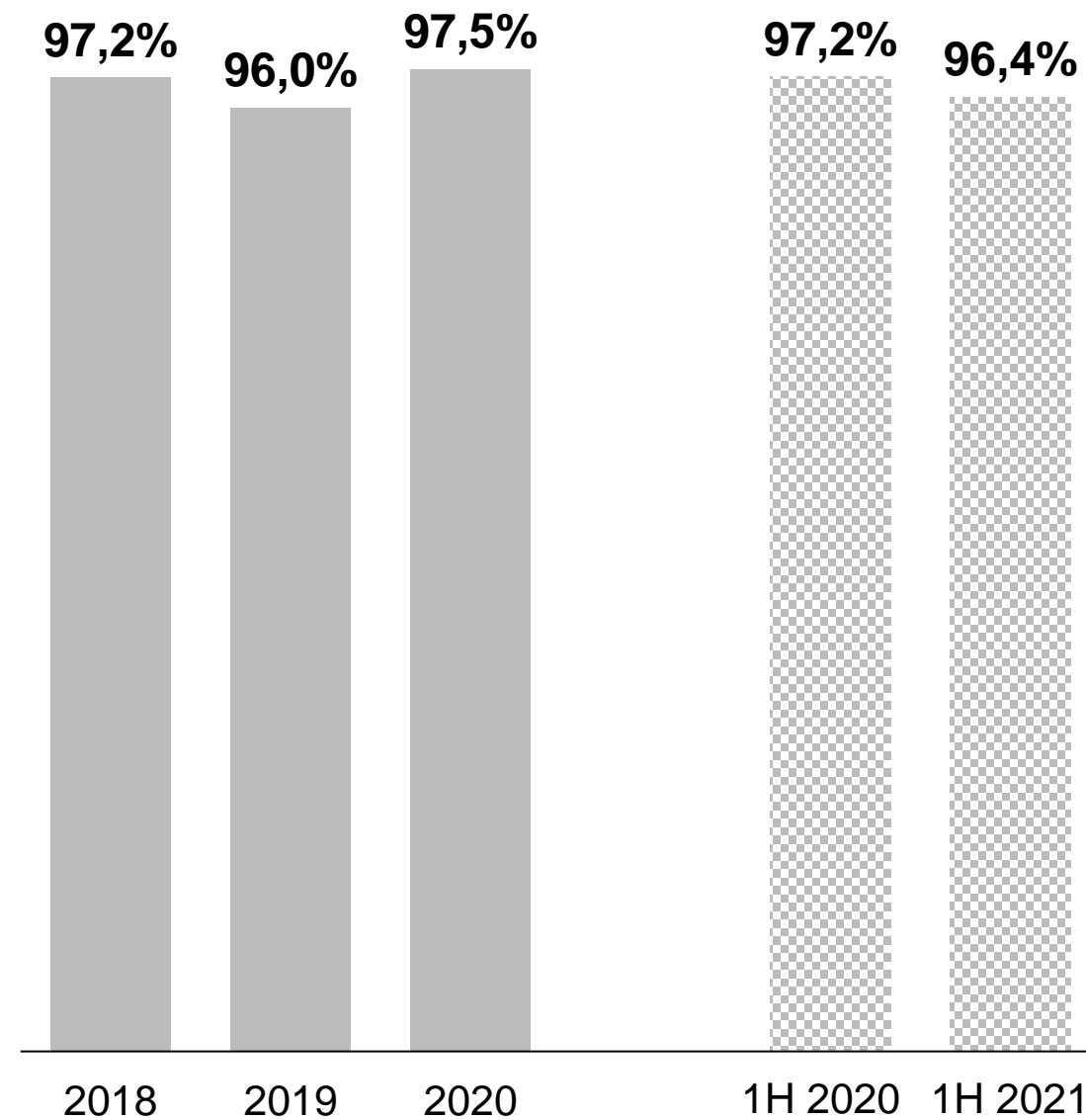
Liczba wysyłek (paczki + palety)

w tys.



Terminowość dostaw

średnia roczna %



Specjalizacja w obsłudze specyficznego rynku fulfillmentu dla e-commerce

1

Elastyczność

Występowanie tzw. peaków sprzedażowych oraz niska jakość prognozowania z uwagi na nieregularność sprzedaży.



3

Zmienne wynagrodzenie

Odzwierciedla dynamiczny rozwój biznesów e-commerce.



2

Jakość

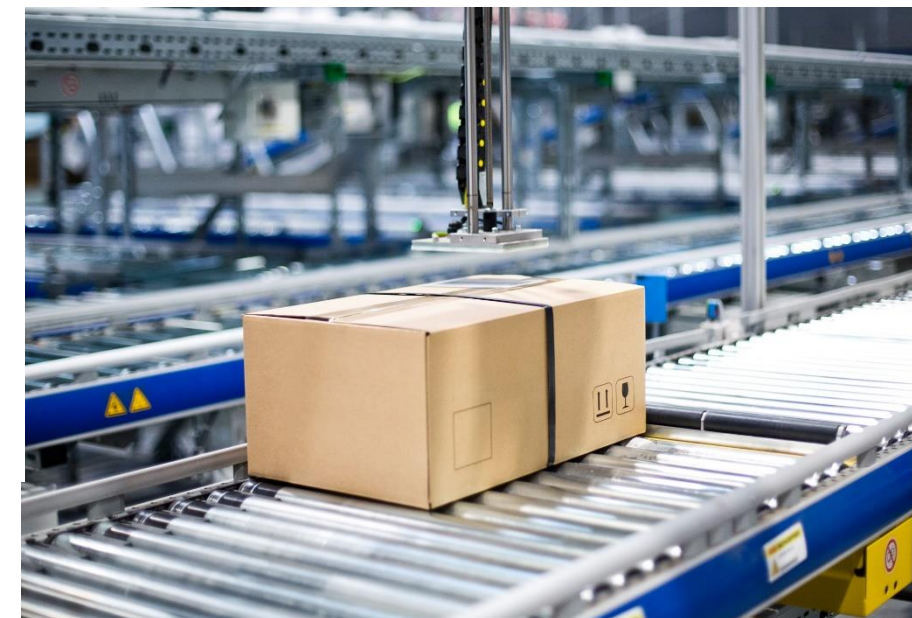
Najwyższa jakość dostępna od samego początku współpracy z klientem.



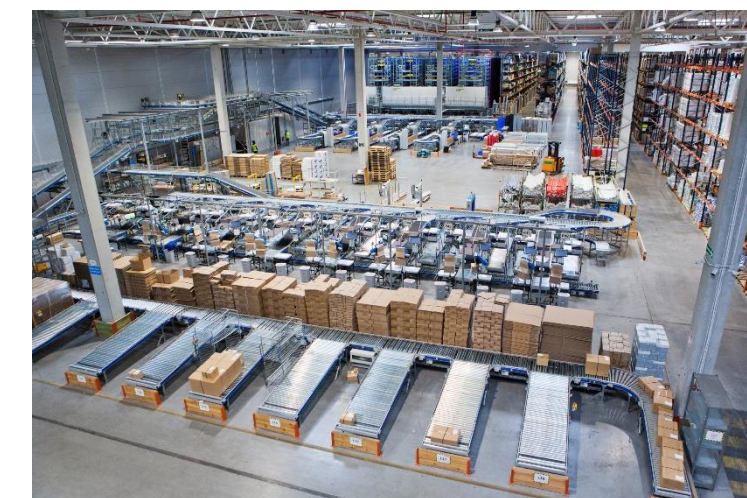
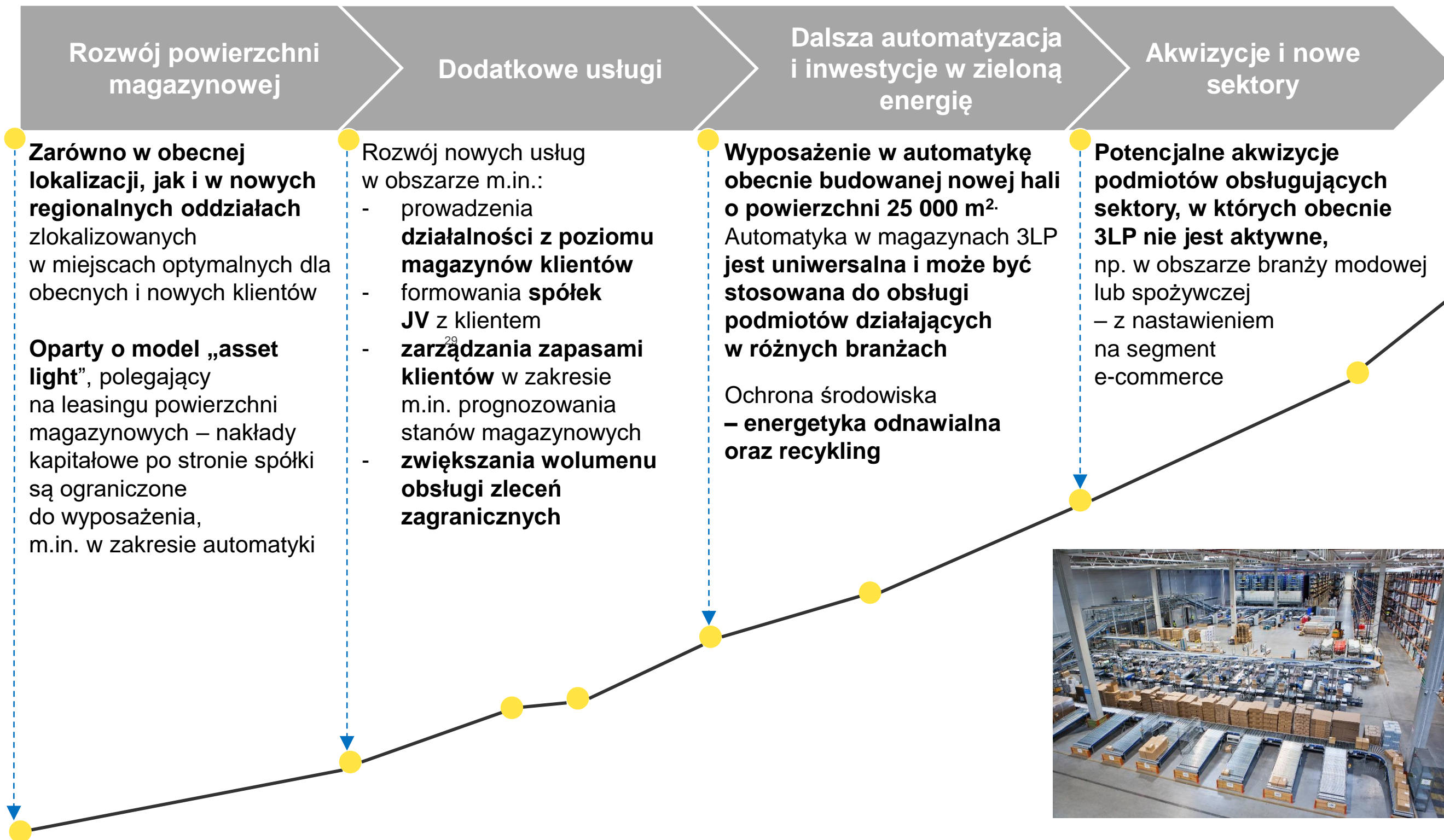
4

Do obsługi zwrotów

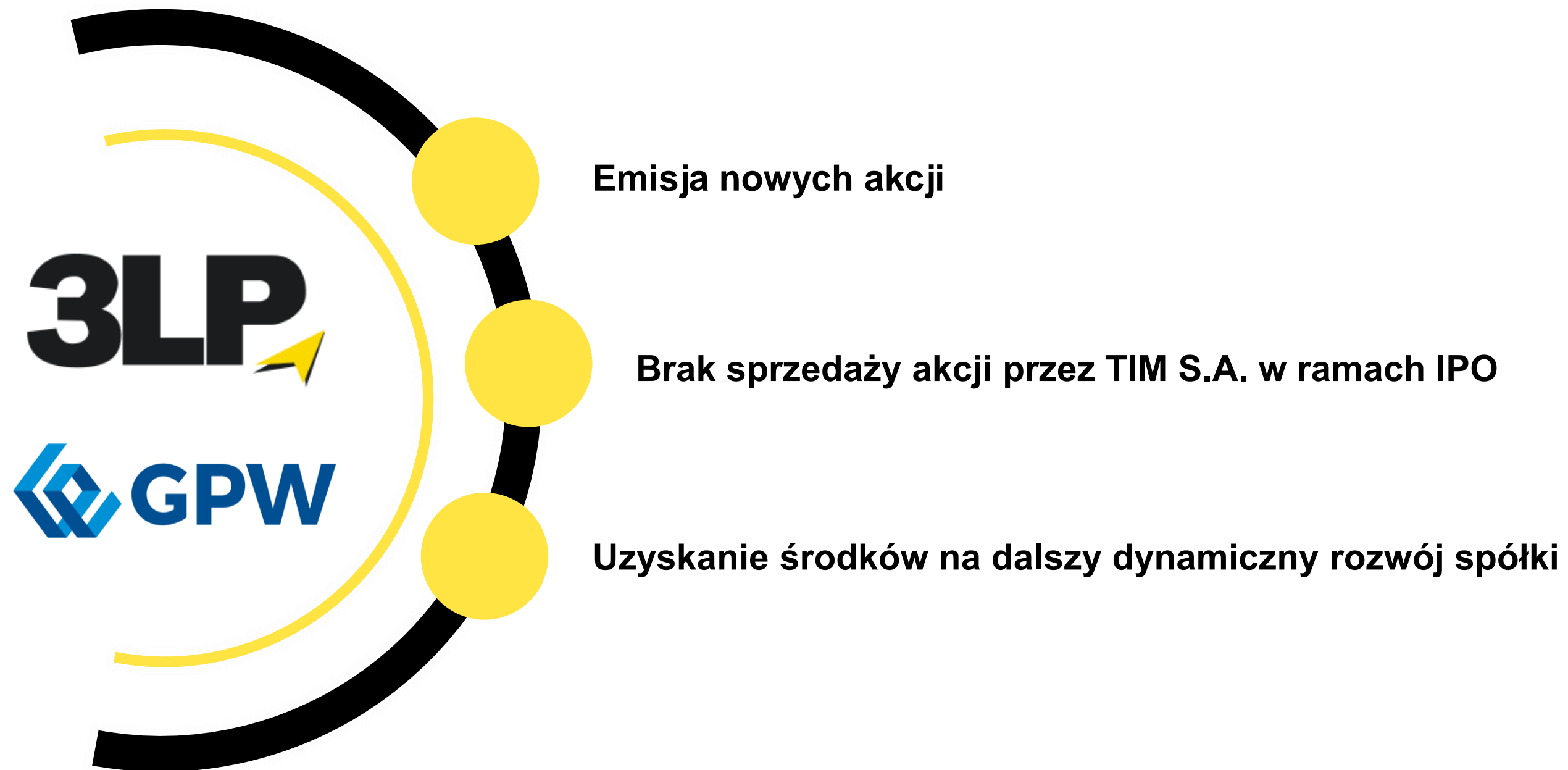
Możliwość wsparcia klientów w obsłudze całego procesu łącznie ze zwrotami.



Strategia rozwoju spółki nakierowana na dalszy dynamiczny rozwój



IPO – kluczowe założenia transakcyjne



A modern office interior featuring a reception desk with the 'TIM' logo, a large living wall, and a lounge area with a chair and table. The ceiling has geometric light fixtures, and the floor is covered in a patterned carpet. A yellow diagonal graphic is in the bottom left corner.

PLANY I PERSPEKTYWY

Plany operacyjne 2H 2021 / 2022

1

Kontynuacja osiągania wysokich dynamik przychodów ze sprzedaży w TIM S.A.

- Intensyfikacja działań marketingowych,
- Rozszerzanie oferowanego asortymentu, w tym o produkty dotyczące efektywności energetycznej,
- Specjalizacja sił sprzedażowych w kolejnym obszarze – efektywność energetyczna,
- Pozyskiwanie nowych klientów i rozwój współpracy z obecnymi – wykorzystanie algorytmów generujących działania prosprzedażowe,
- Rozwój nowych form sprzedaży (marketplace, dropshipping itd.).

2

Dalsze prace nad przebudową środowiska IT – Projekt TIM 2.0

- Migracja platformy TIM.pl do wersji Magento 2,
- Prace nad odwzorowaniem zoptymalizowanych procesów w prototypach narzędzi systemowych,
- Przebudowa architektury IT środowiska systemów sprzedażowych.

3

Dynamiczny rozwój działalności 3LP w zakresie świadczenia usług dla e-commerce

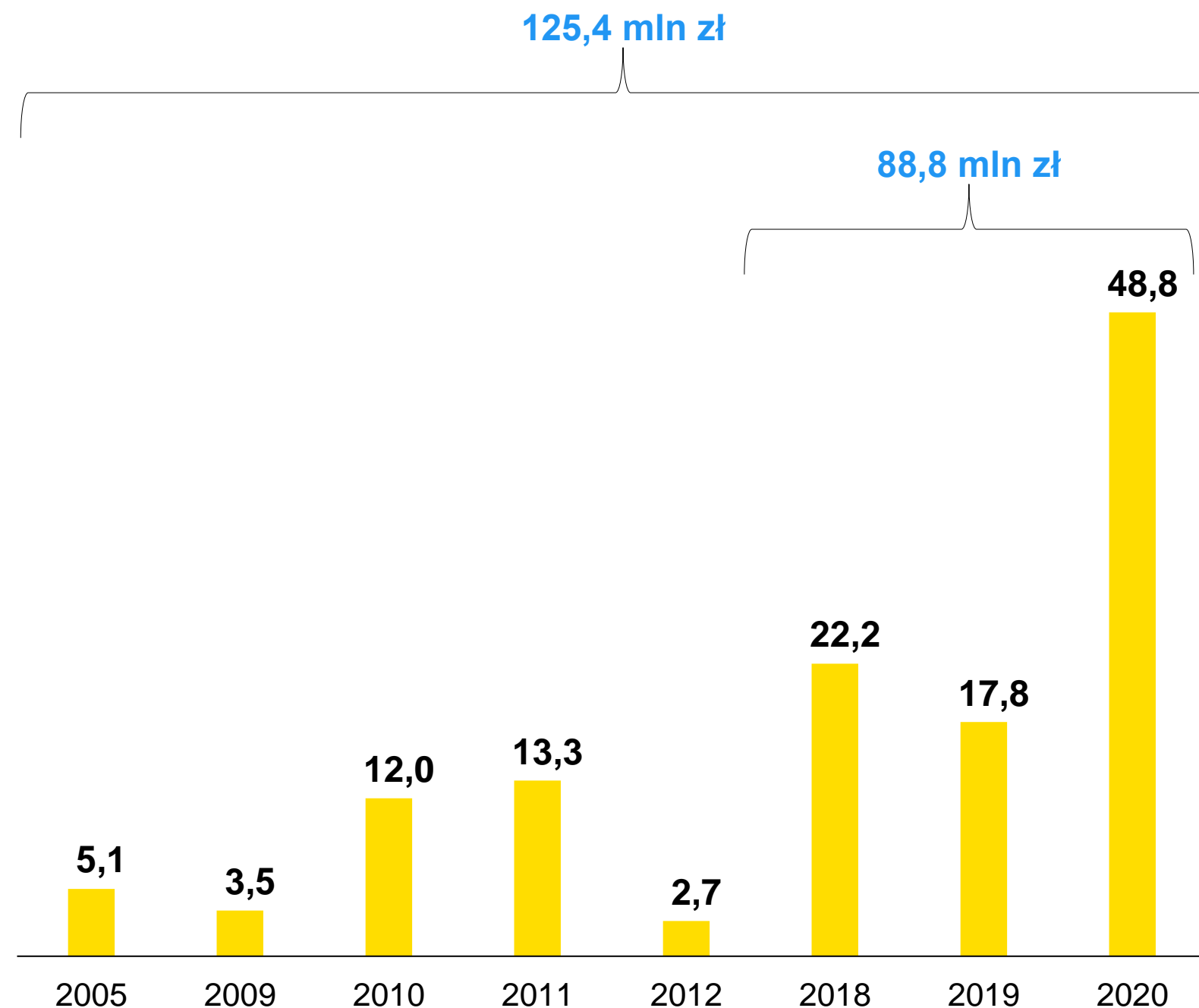
- Rozbudowa Centrum Logistycznego w Siechnicach o powierzchnię 25 tys. mkw., wyposażoną w nowoczesną automatykę i technologię,
- Świadczenie dodatkowych usług uzupełniających,
- Wzrost skali współpracy z partnerami zewnętrznymi,
- Przeprowadzenie IPO Spółki.

Atrakcyjna polityka dywidendowa

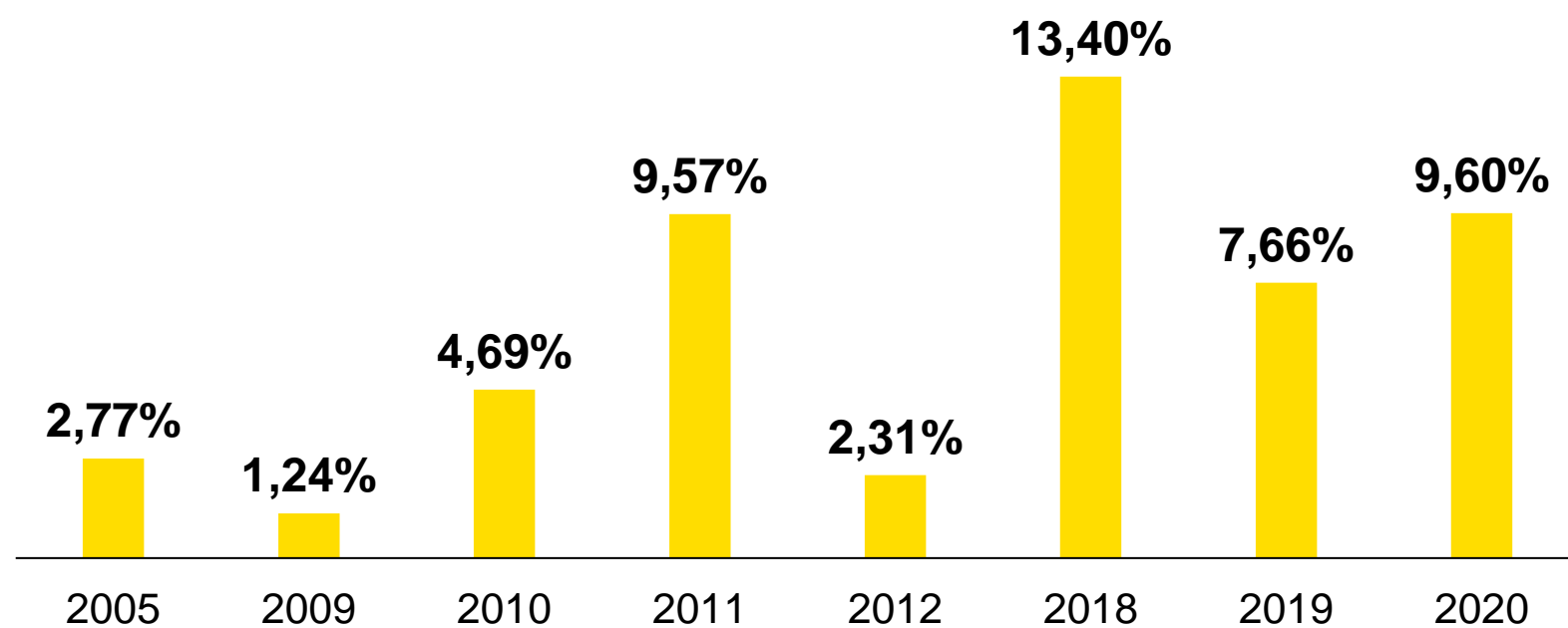
Założenia polityki dywidendowej TIM S.A. na lata 2021-2023

- Wyplata dywidendy w wysokości 1 zł na akcje (22,2 mln zł) + 50% nadwyżki jednostkowego zysku netto TIM powyżej kwoty 22,2 mln zł

Wyplaty dywidend w latach 2005-2020 (mln zł)



Stopa dywidend w latach 2005-2020 (%)*



* Z zysków za lata 2005 i 2020 wyplacono dywidendę w II ratach (I rata oparta na zaliczce) – przedstawiona stopa dywidenda za wskazane lata stanowi sumę % stóp za dwa dni uprawniające do dywidendy

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

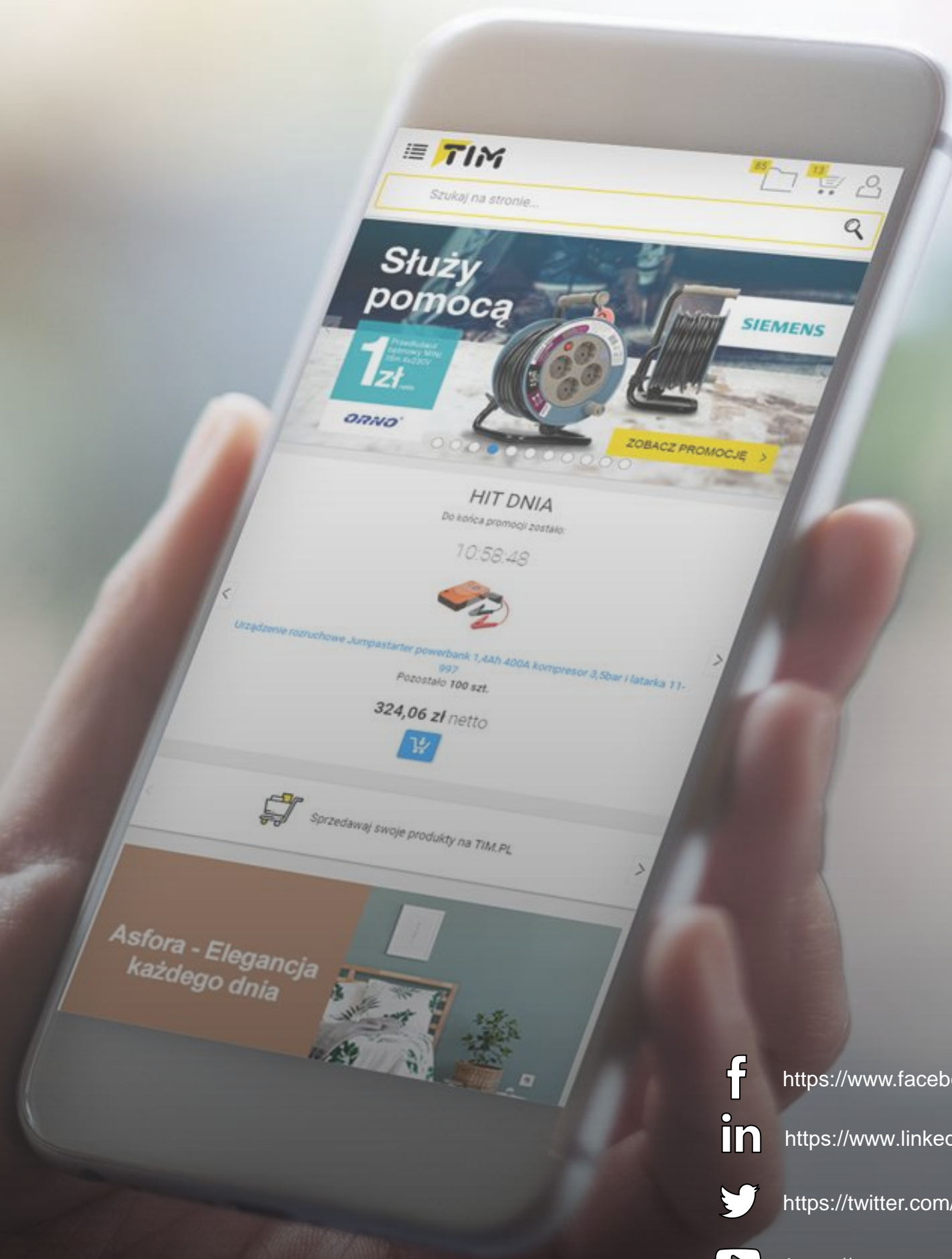
TIM S.A.
Ul. Jaworska 13
53-612 Wrocław

M.Kostrowicki@tim.pl
+48 726 004 981

Tomasz Gutowski

InnerValue Investor Relations
Ul. Wilcza 46
00-679 Warszawa

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://www.youtube.com/TIMplMarket>



https://instagram.com/tim_sa_polska/