



# PODSUMOWANIE WYNIKÓW ZA 3 KWARTAŁY 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.





## Grupa TIM w pigułce

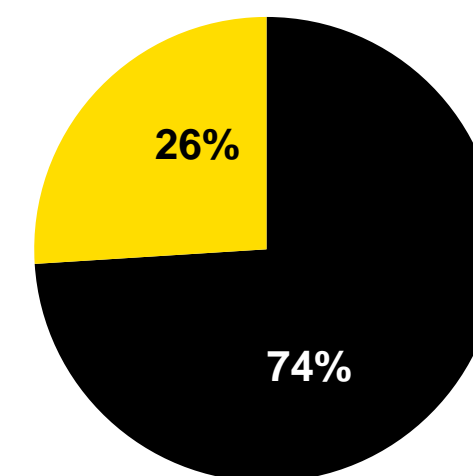


- **Lider sprzedaży elektrotechniki w Polsce**
- Ambitny plan rozwoju Grupy bazujący na dwóch synergicznych filarach
- Rosnące wyniki finansowe i niski poziom zadłużenia
- Atrakcyjna polityka dywidendowa



- **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\*:



- Działalność dystrybucyjna\*
- Usługi logistyczne

\* Udział w EBITDA GK TIM w okresie 4Q 2020-3Q 2021 z wyłączeniem EBITDA Rotopino.pl oraz zysku za sprzedaży akcji Rotopino.pl

# AGENDA

Rynki działalności

Wyniki finansowe

3LP S.A.

Plany i perspektywy



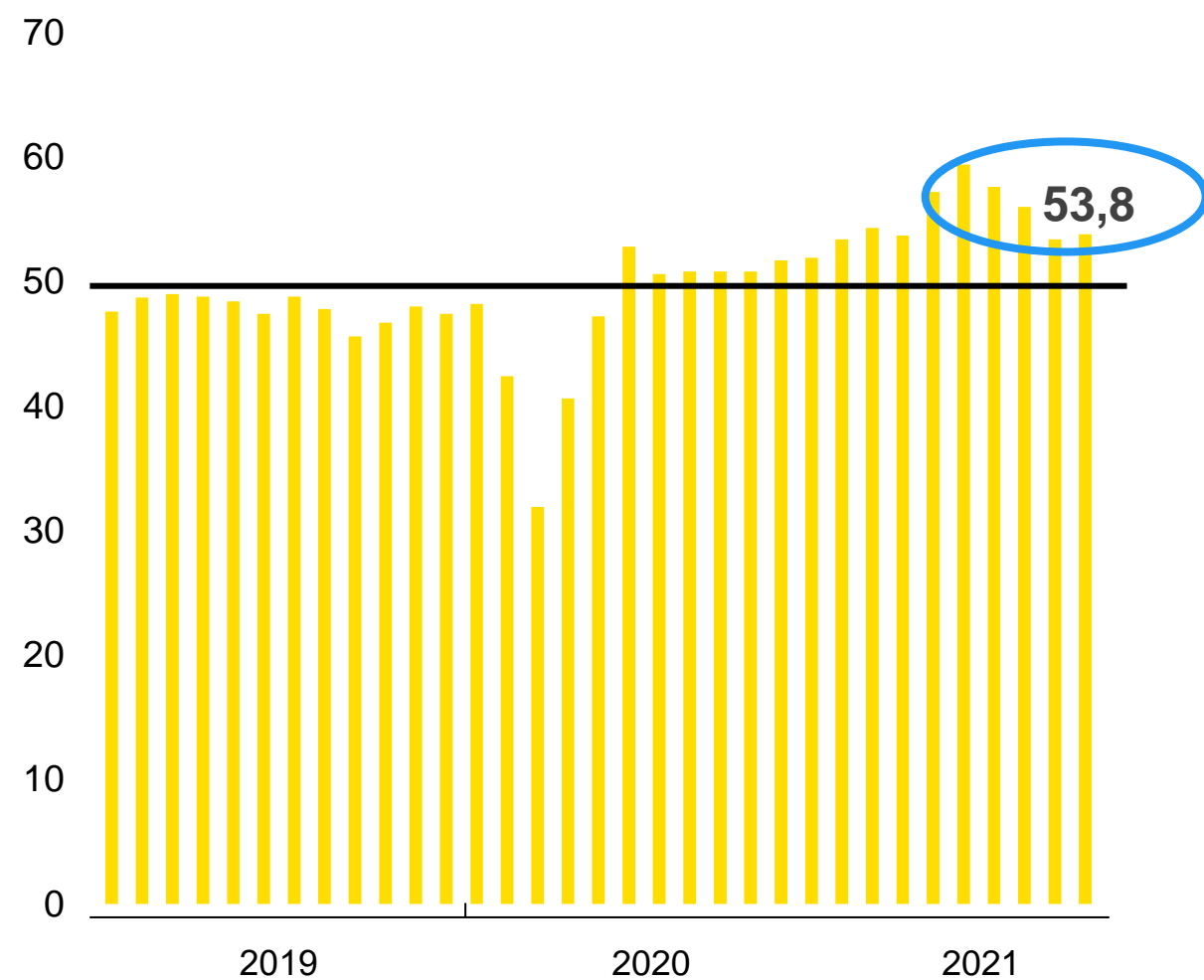


# RYNKI DZIAŁALNOŚCI

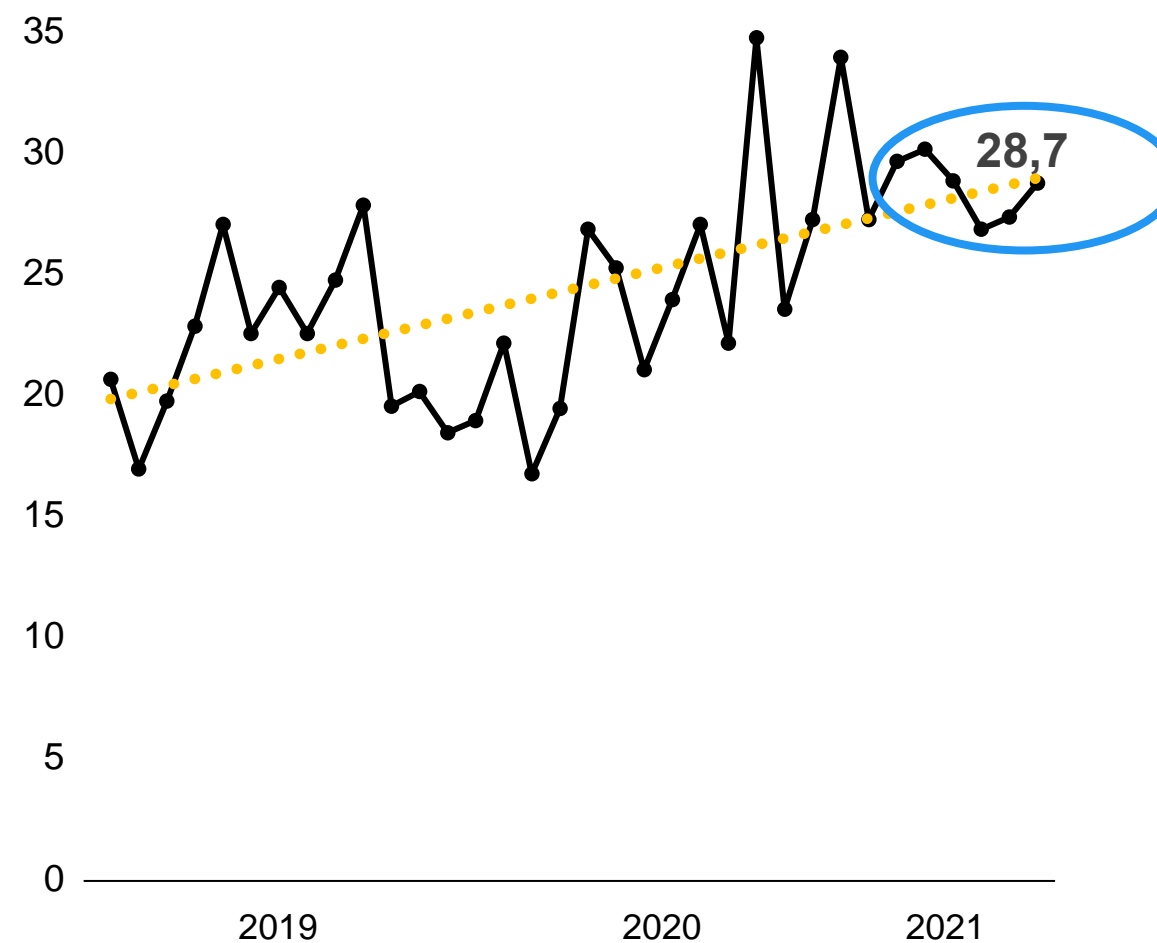


## Korzystne perspektywy w gospodarce

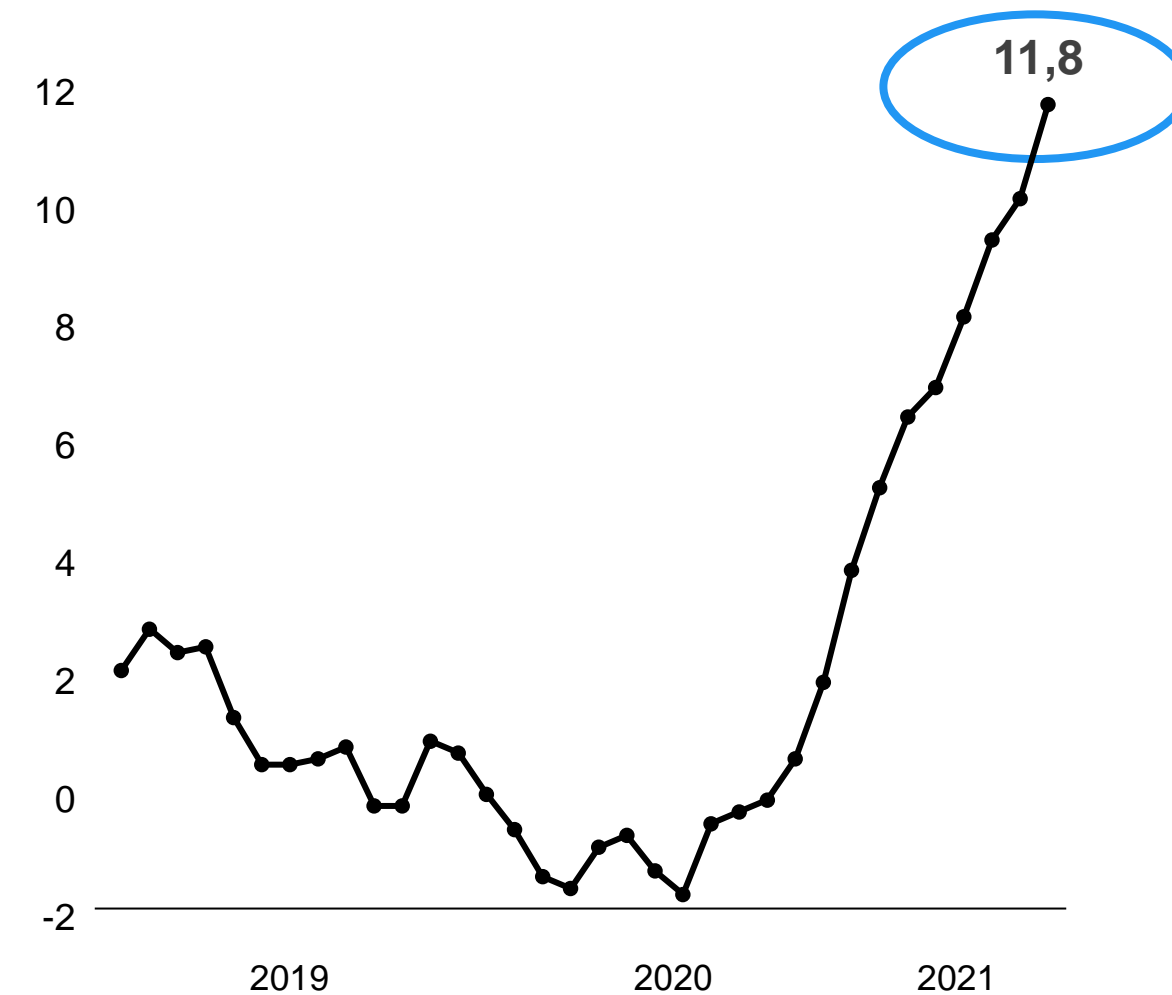
Wskaźnik PMI dla polskiej gospodarki\*



Liczba wydanych pozwoleń na budowę mieszkań (tys.)



Wskaźnik cen inflacji produkcyjnej PPI (%)



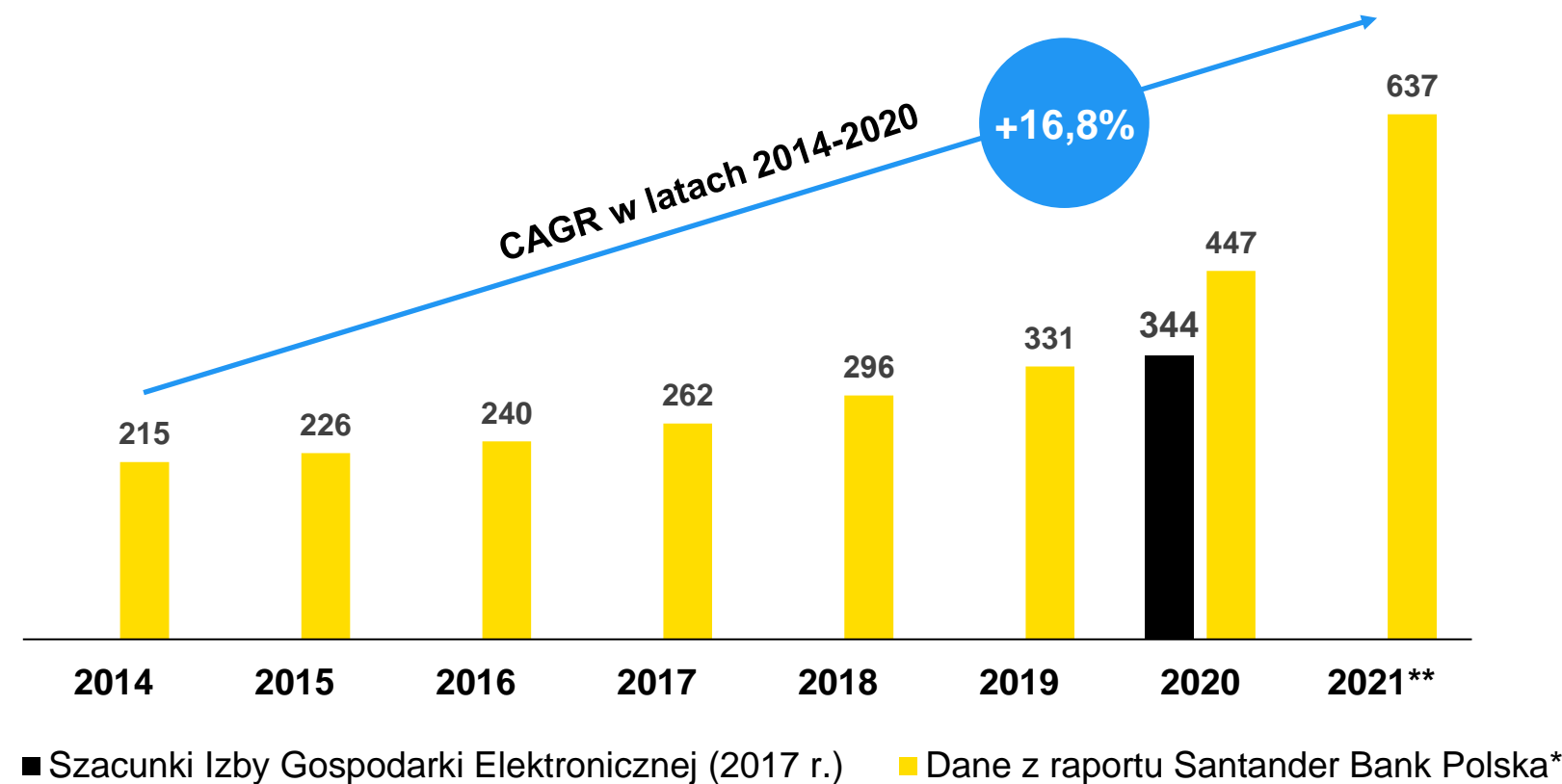
- Dane makro wskazują na odbudowę gospodarki po załamaniu wynikającym z pandemii COVID-19 stwarzając dobre warunki do dalszego dynamicznego rozwoju TIM S.A. i 3LP S.A.

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

## 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.**

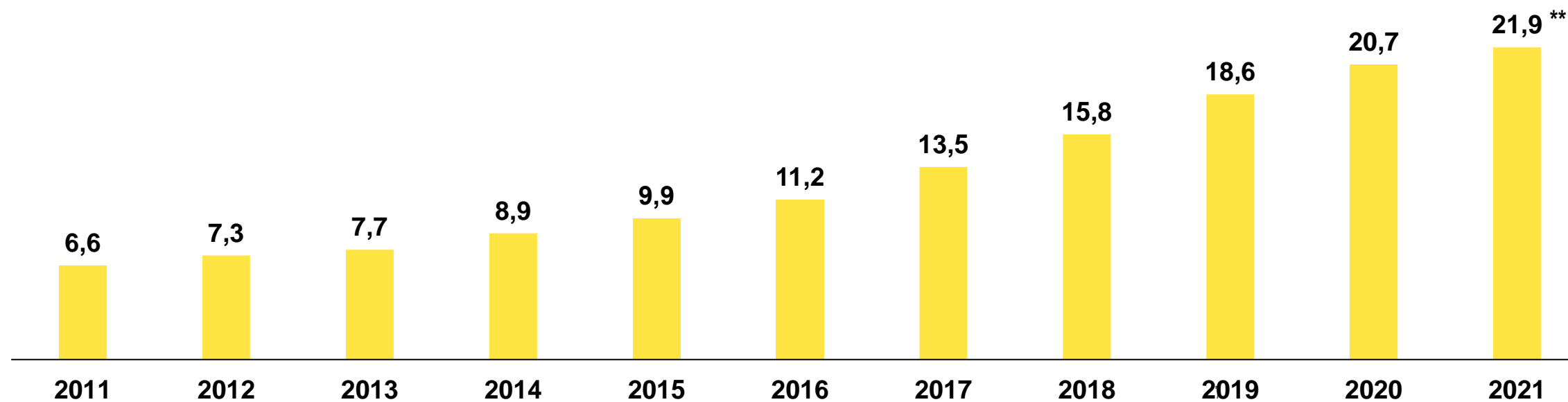
**Efekty wdrożenia sprzedaży B2B online:**

- 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.

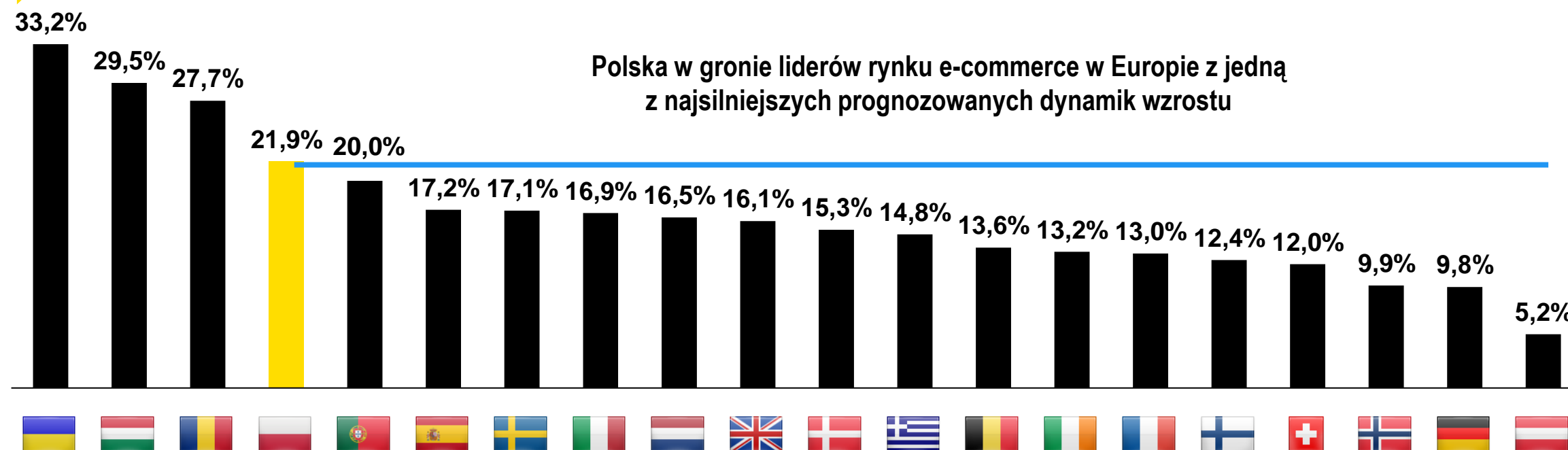
\*\* prognoza

## 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



# WYNIKI FINANSOWE

## Podsumowanie operacyjne ostatnich miesięcy

1

### Kontynuacja osiągania bardzo dobrych wyników finansowych Grupy TIM

- 951 mln zł przychodów (+36% r/r\*),
- 110 mln zł EBITDA (+118% r/r),
- 70 mln zł zysku netto (+250% r/r).

2

### Decyzja Zarządu o wypłacie zaliczki na poczet przewidywanej dywidendy

- Wypłata zaliczki na dywidendę w wys. 26,6 mln zł (1,20 zł na akcję)
- Prawo do wypłaty zaliczki dla akcjonariuszy posiadających akcje dnia 16.12.2021, wypłata dywidendy 23.12.2021

3

### Realizacja części analitycznej projektu TIM 2.0

- Zakończony przegląd głównych procesów sprzedażowych realizowanych w Spółce,
- Dostosowanie infrastruktury IT wspierającej realizację procesów sprzedażowych,
- Przygotowanie RfP dot. wyboru systemów wspierających sprzedaż.

4

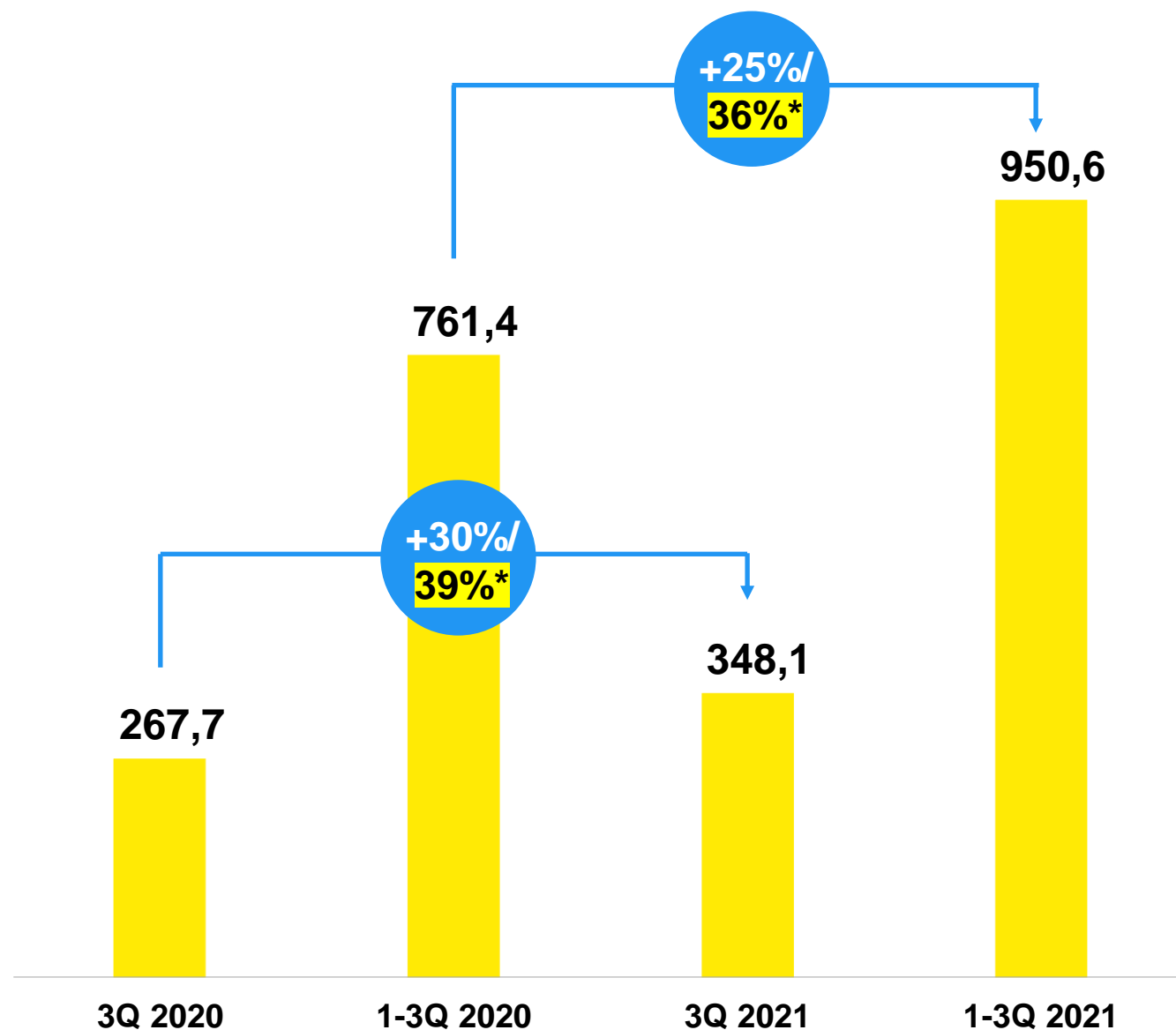
### IPO 3LP SA

- Rozpoczęcie przygotowań do przeprowadzenia pierwszej oferty publicznej spółki zależnej 3LP S.A.,
- Aktualny status – procedowanie prospektu emisyjnego w KNF,
- Założeniem jest pozyskanie środków na rozwój spółki, wyłączwszy 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.)

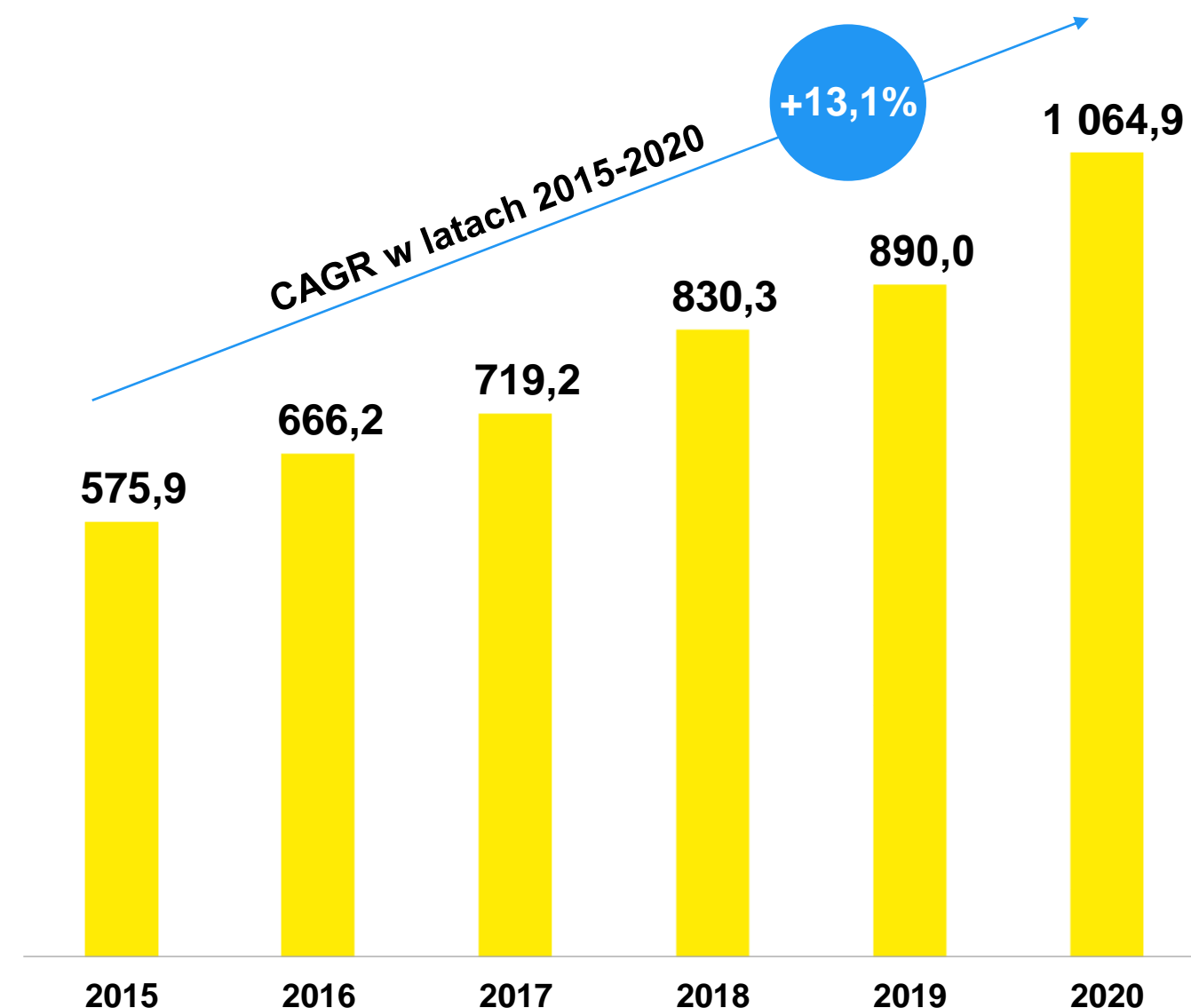
## Grupa TIM - dynamiczny wzrost przychodów ze sprzedaży

Przychody ze sprzedaży (mln zł)



- W III kwartale 2021 roku dalsze przyspieszenie tempa wzrostu sprzedaży wobec I półrocza 2021 r.,
- Po 11 mies. 2021 r. (ostatnie raportowane dane), TIM z 1 150 mln zł przychodów (+33,7% r/r).

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

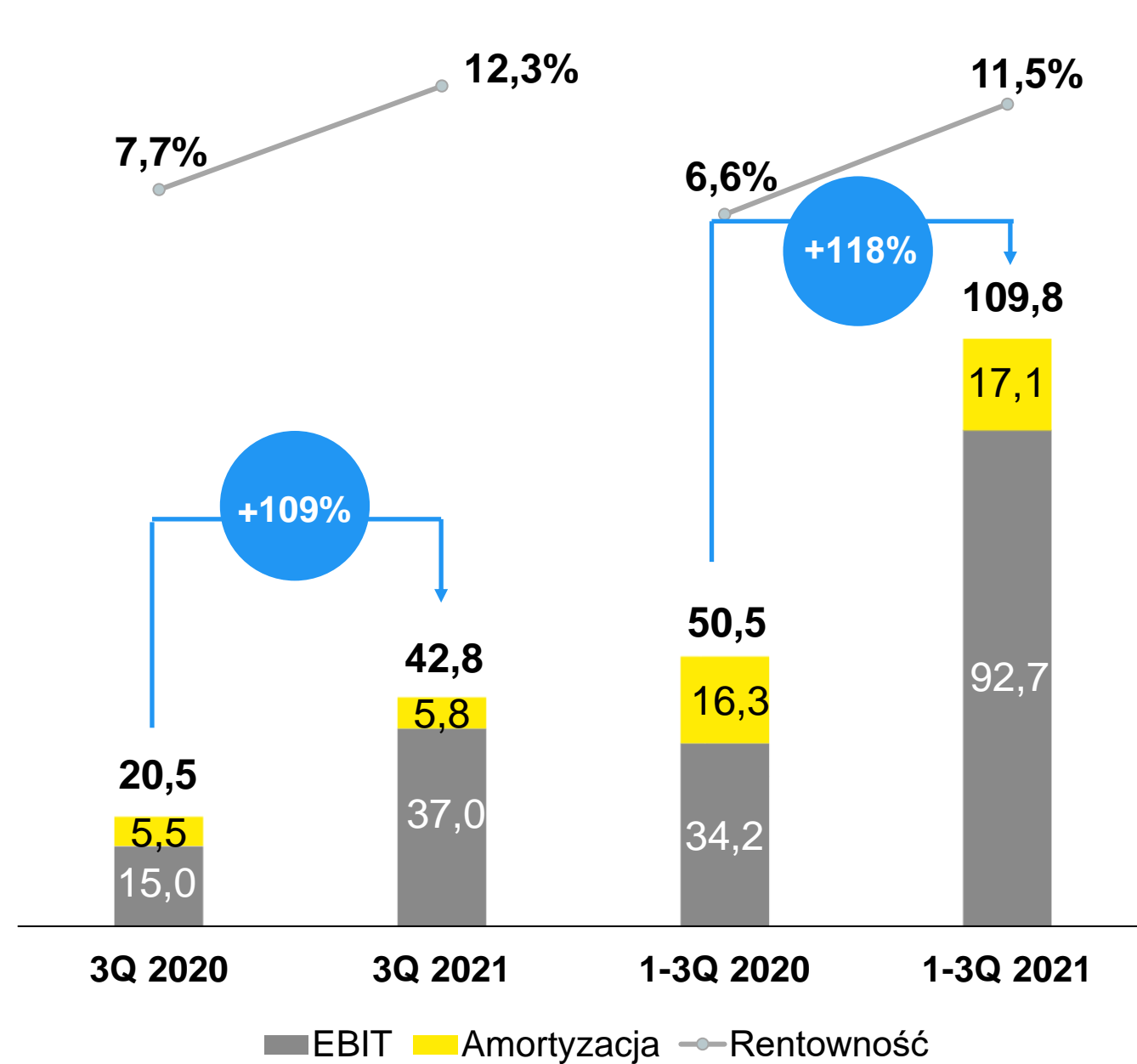


- Niemal podwojenie obrotów w latach 2015-2020 potwierdza ambicje rozwojowe Grupy.

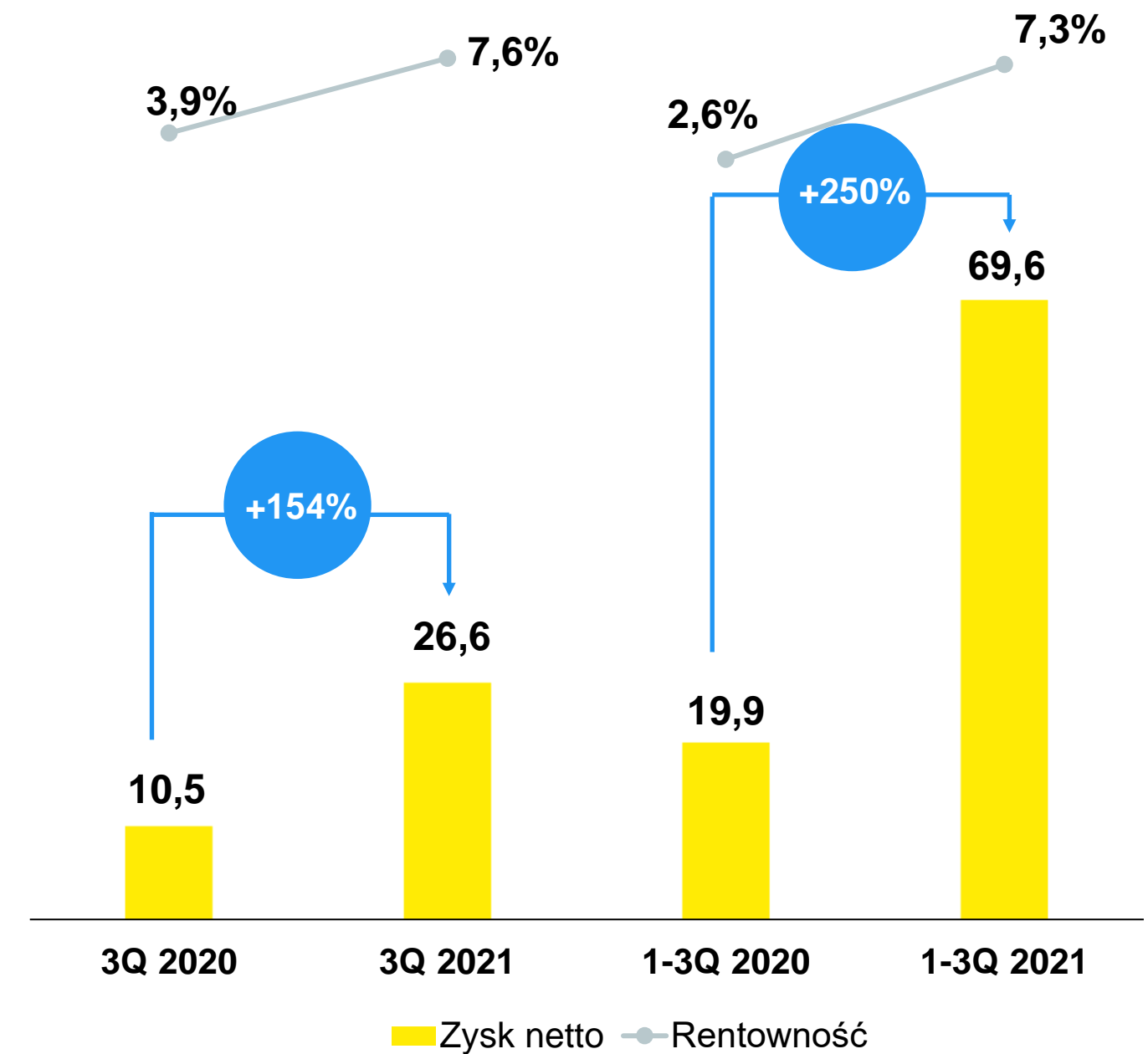
\*z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży Rotopino.pl

## Grupa TIM - Wzrost zysków i marż

EBITDA (mln zł)



Zysk netto (mln zł)

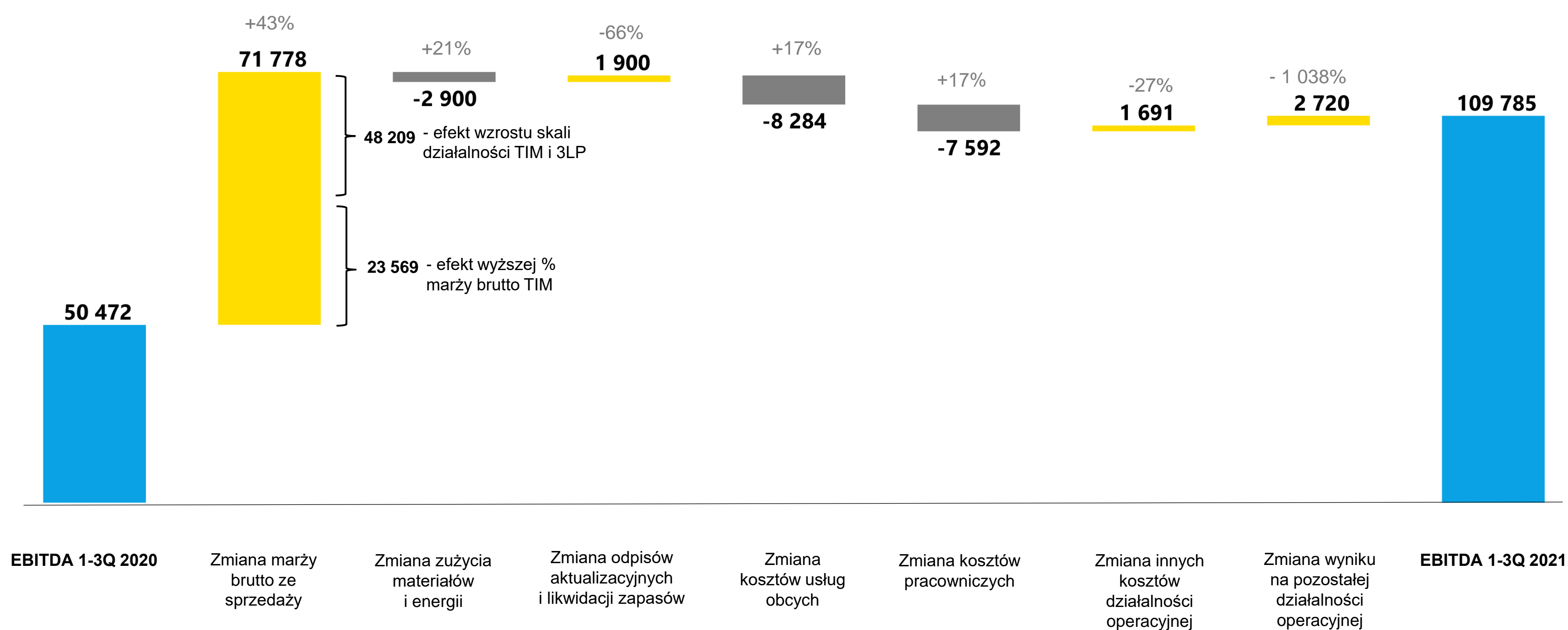


- Skokowo wyższe zyski EBITDA w raportowanych okresach,
- Dynamiczne wzrosty marż wobec okresów z 2020 roku.

- III kw. 2021 roku z kontynuacją wysokiego zysku netto odnotowanego w okresie kwiecień-czerwiec br.

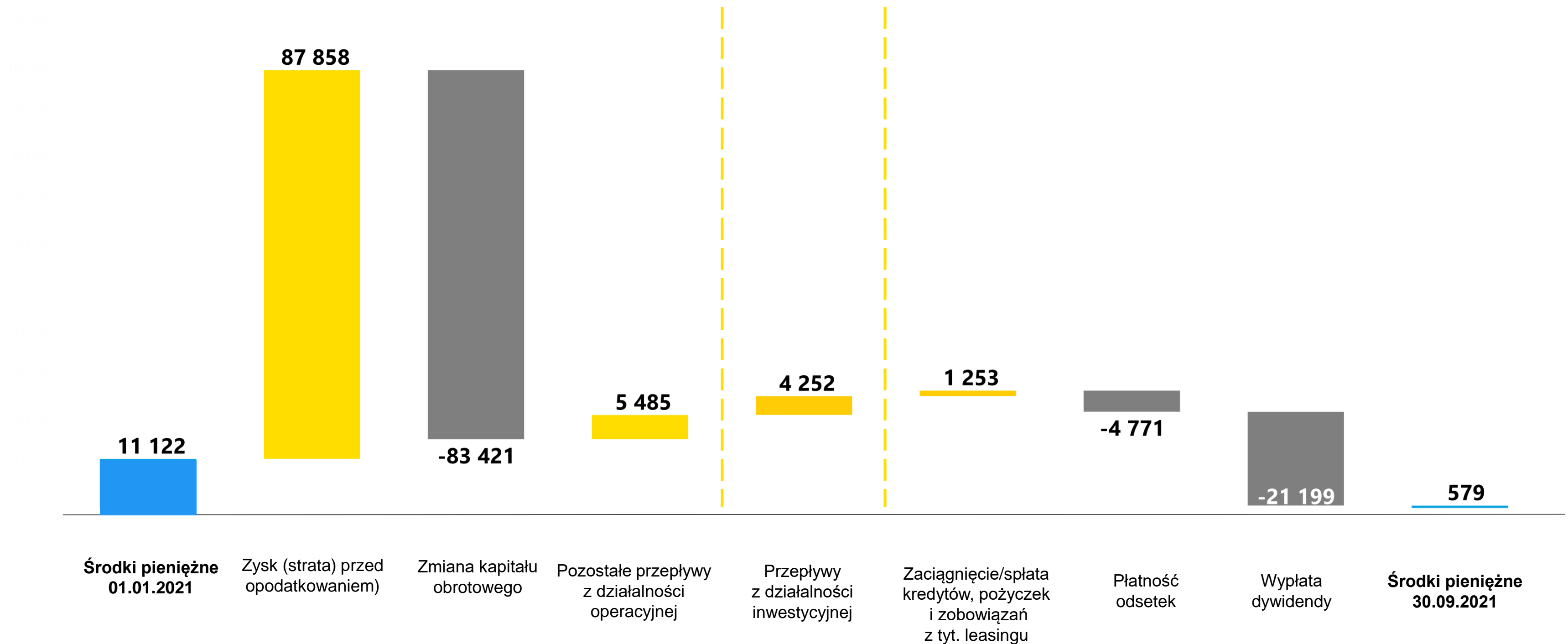
## Grupa TIM - dekompozycja zysku EBITDA

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



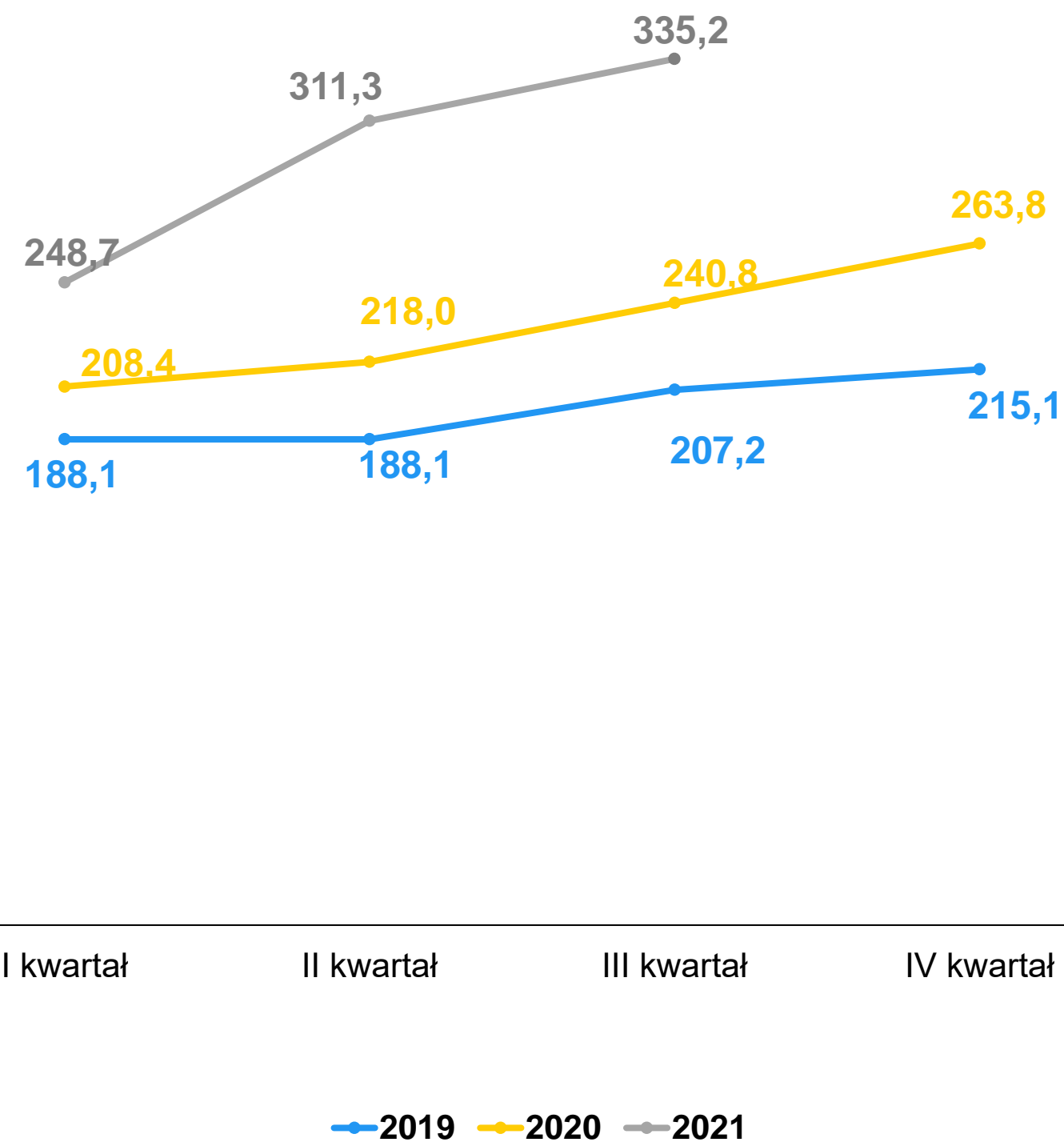
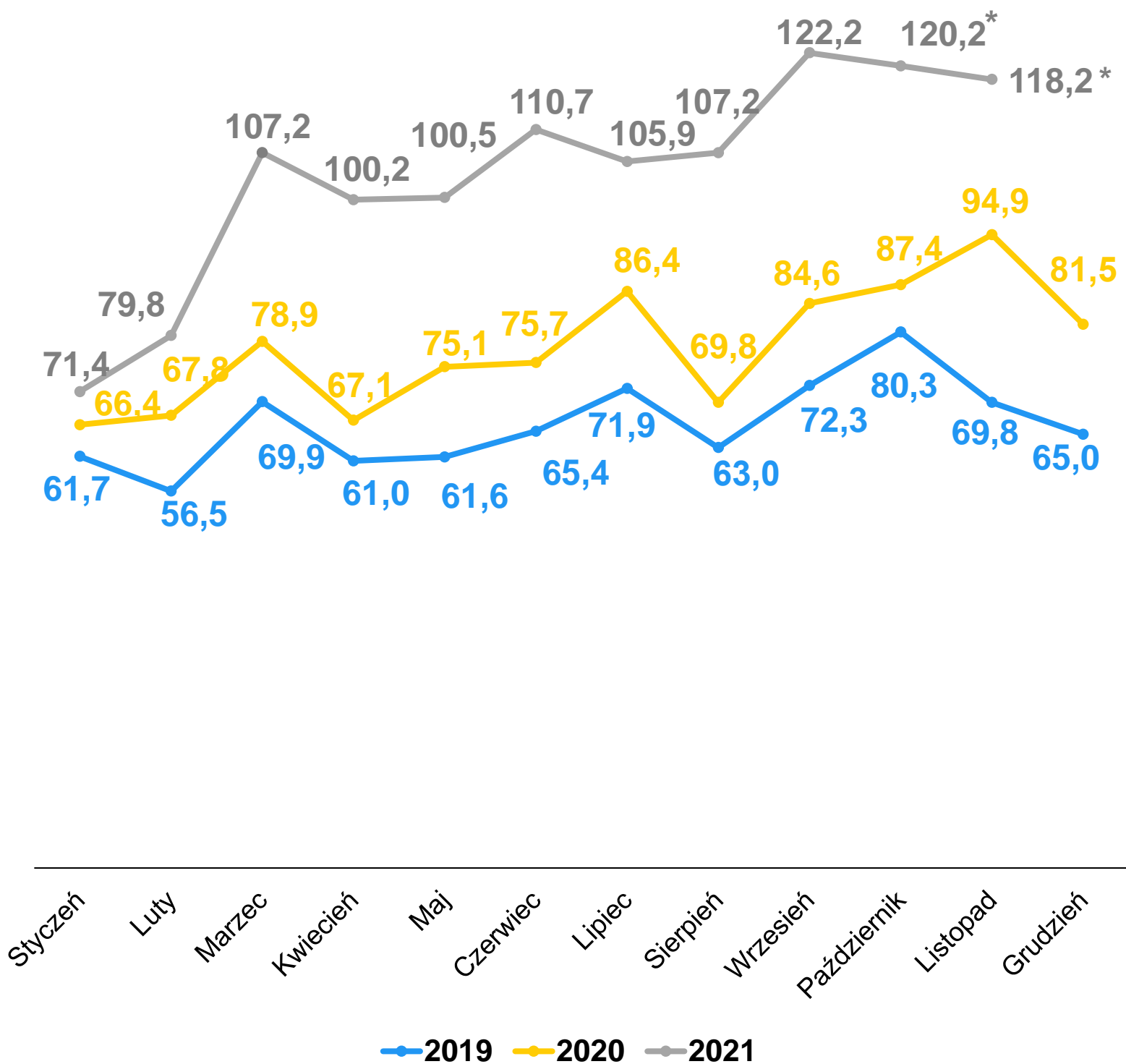
## Grupa TIM - stabilne przepływy pieniężne

- Na wysokość przepływów operacyjnych po III kwartałach w wys. 9,9 mln zł główny wpływ wywarł wysoki zysk brutto oraz wzrost stanu zapasów i należności
- Dodatknie przepływy inwestycyjne wynikają ze sprzedaży gruntu pod budowę nowego magazynu dla 3LP o pow. 25 tys. m<sup>2</sup>





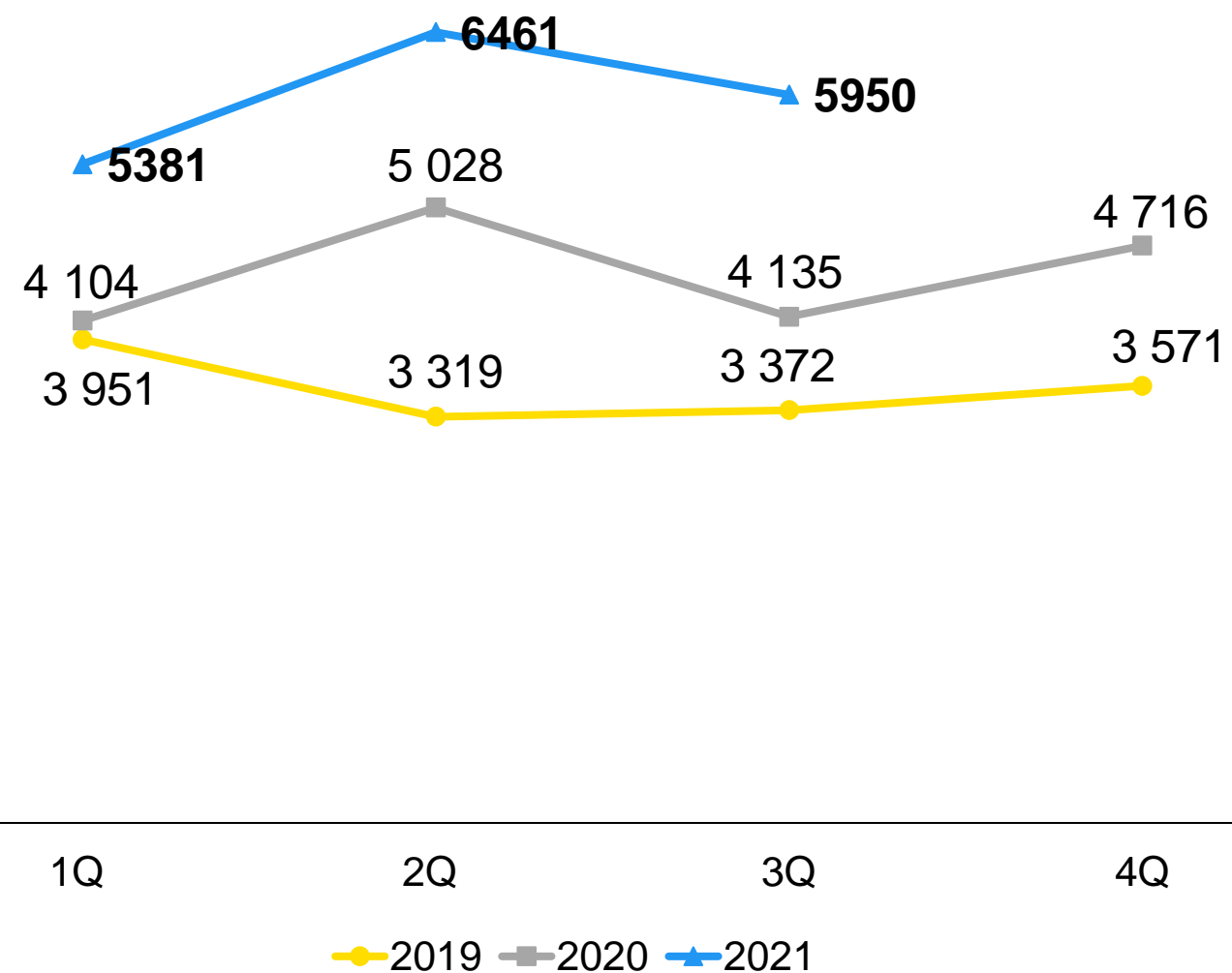
### TIM – dynamiczne wzrosty sprzedaży w 2021 roku wobec analogicznych okresów (mln zł)



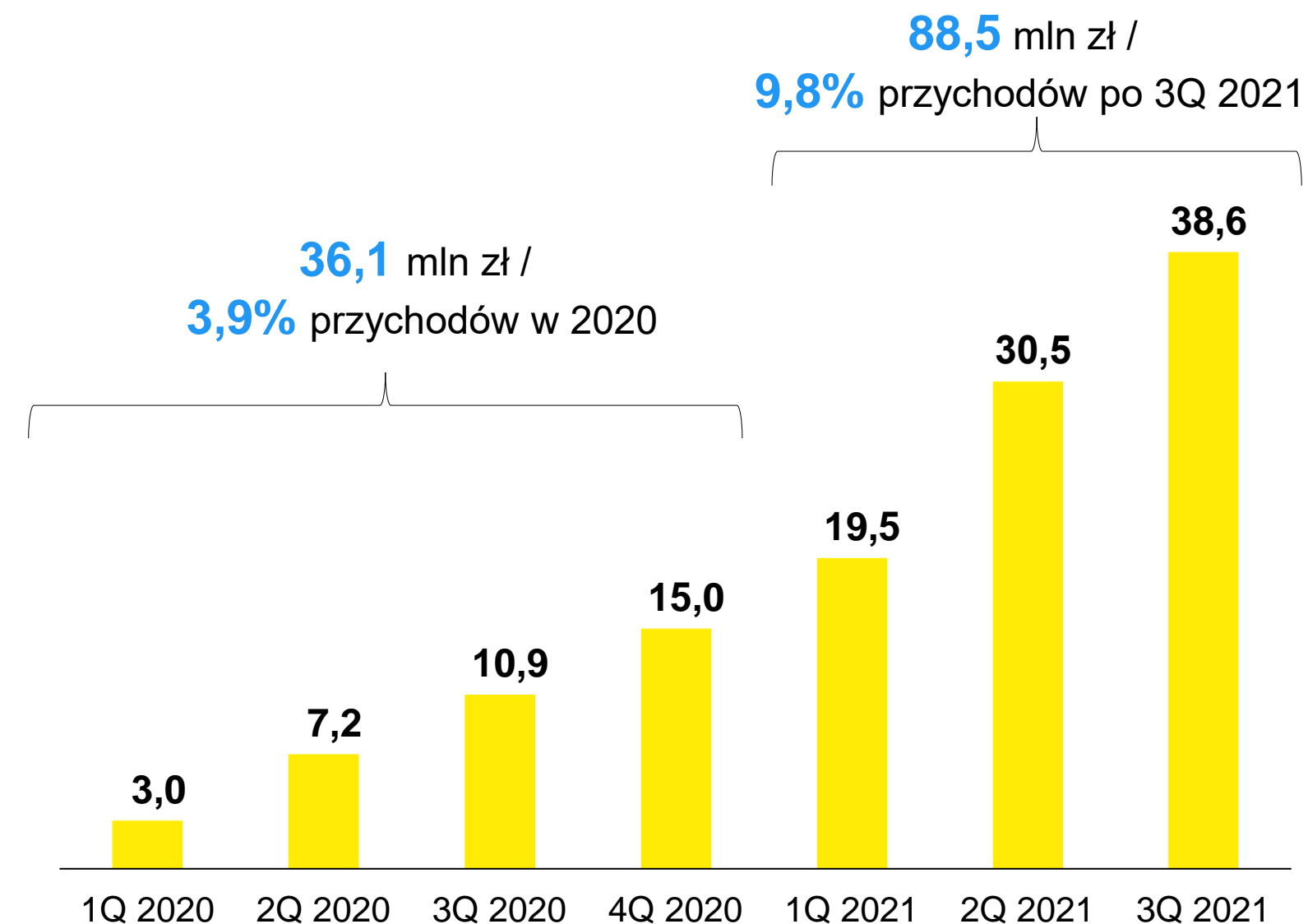
\*wyniki szacunkowe

## TIM S.A. - systematyczna poprawa wskaźników sprzedaży do nowych klientów

Liczba nowych zarejestrowanych klientów na TIM.pl



Sprzedaż do klientów zarejestrowanych na TIM.pl

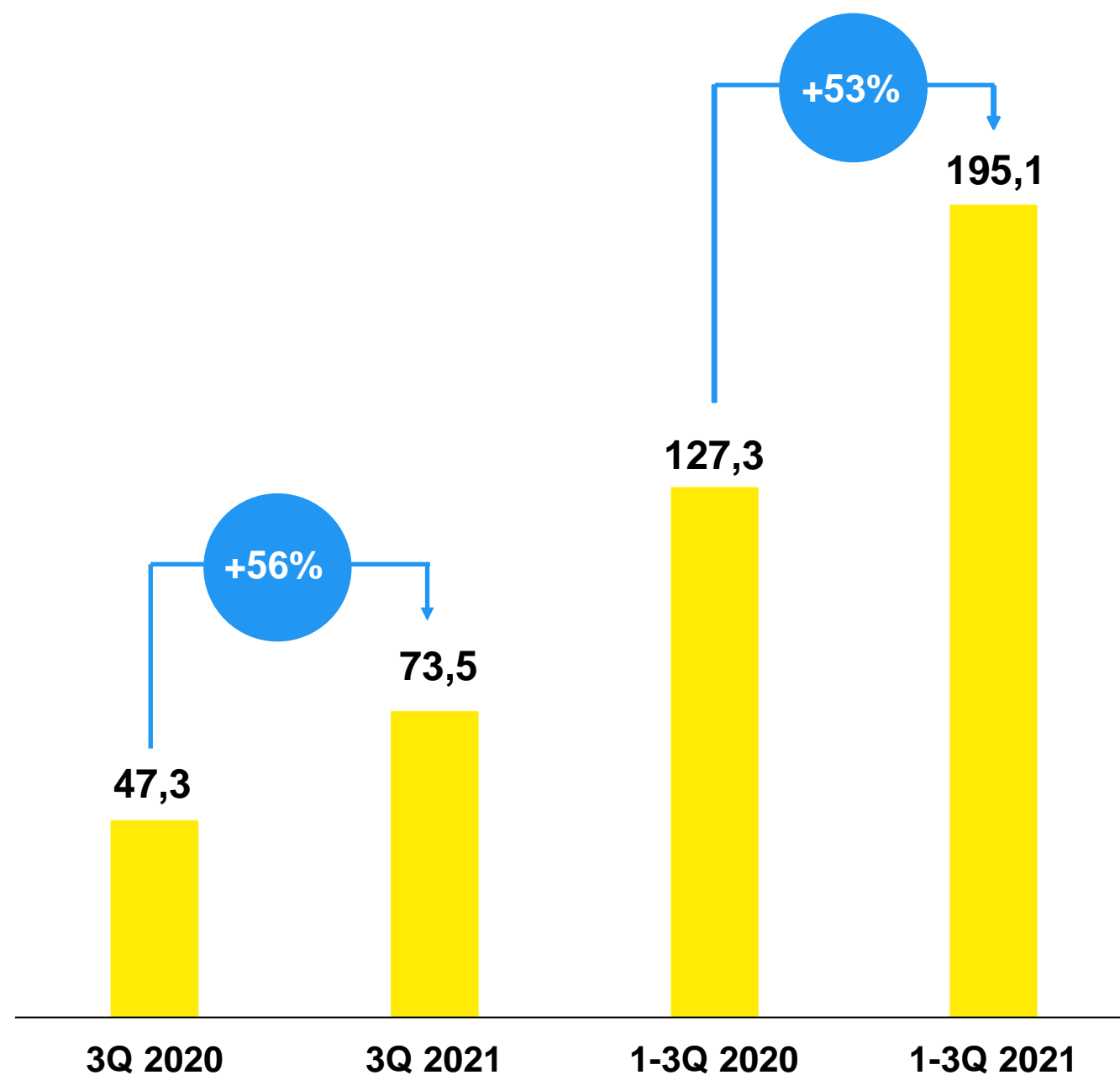


- Istotny wzrost zainteresowania e-commerce'owym modelem sprzedaży,
- Utrzymany trend wzrostowy i duża dynamika w zakresie pozyskiwania nowych użytkowników platformy TIM.pl.

- Z każdym kwartałem rośnie wartość sprzedaży do nowych klientów,
- Sprzedaż do nowych klientów stanowi blisko 10% całkowitej sprzedaży wygenerowanej po 3Q 2021 roku.

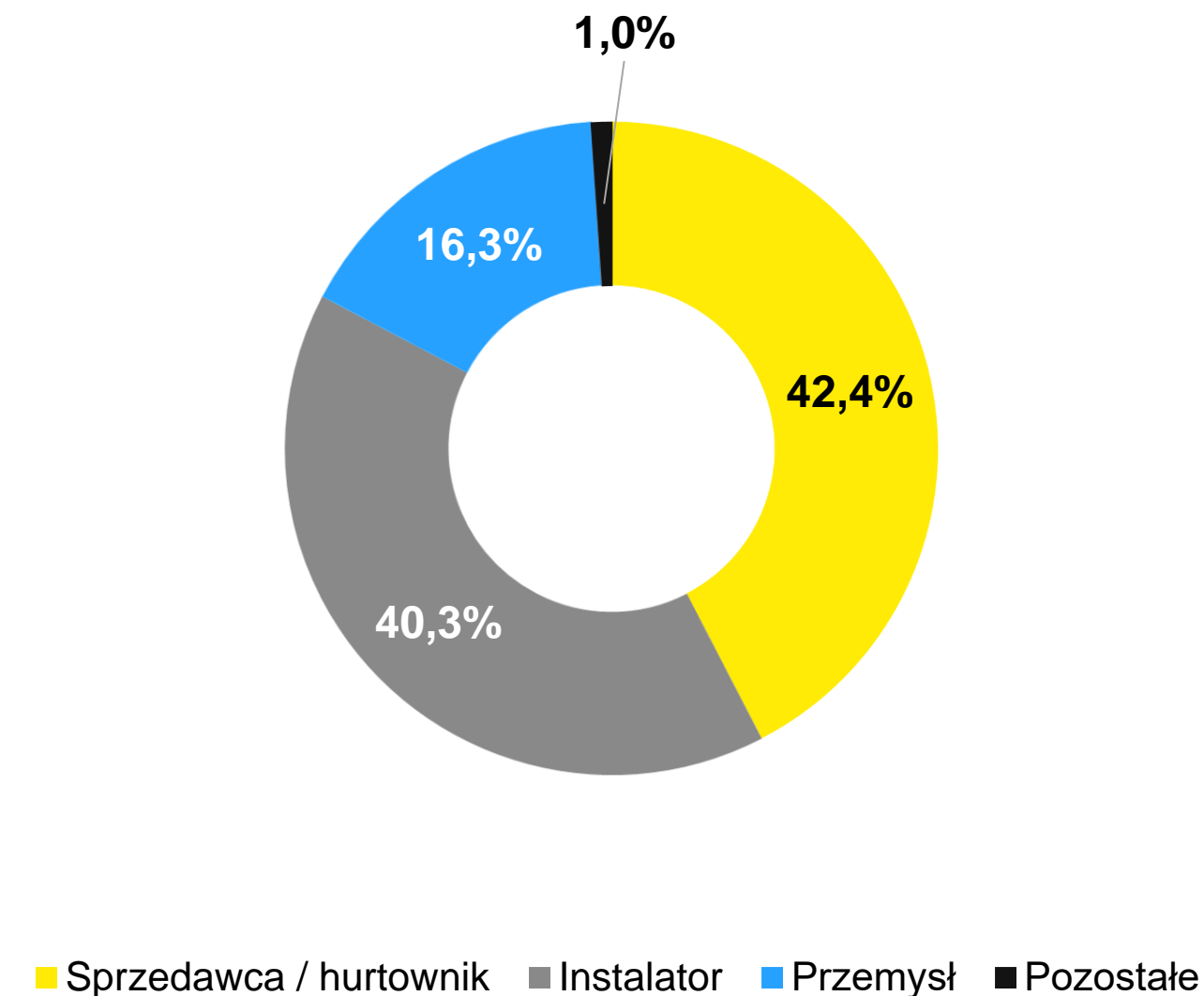
## TIM S.A. rentowność sprzedaży i segmentacja

Marża brutto na sprzedaży (mln zł)



- W każdym kwartale 2021 roku silne wzrosty nominalnego zysku brutto ze sprzedaży i jego marży

Przychody w podziale na segmenty klientów w okresie 1-3Q 2021 (%)

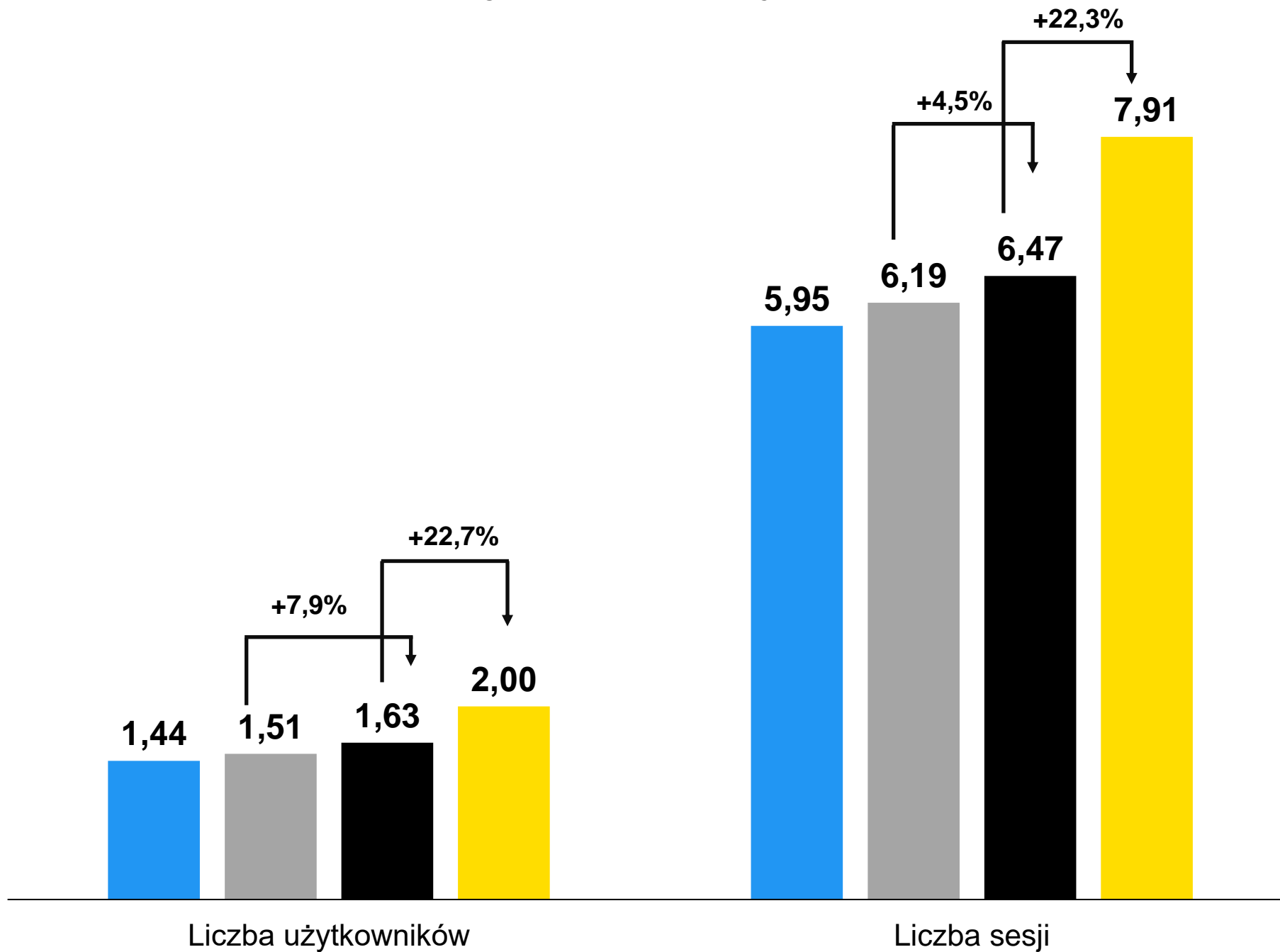


- Na 30.09.2021 liczba klientów kluczowych\* wyniosła **16 962**, tj. wzrosła o **21,2%** r/r.

\* 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 (mln)



**55,7%**

użytkowników pochodzi z ruchu organicznego (SEO)

**26,1%**

stanowi udział ruchu z kanału Ads

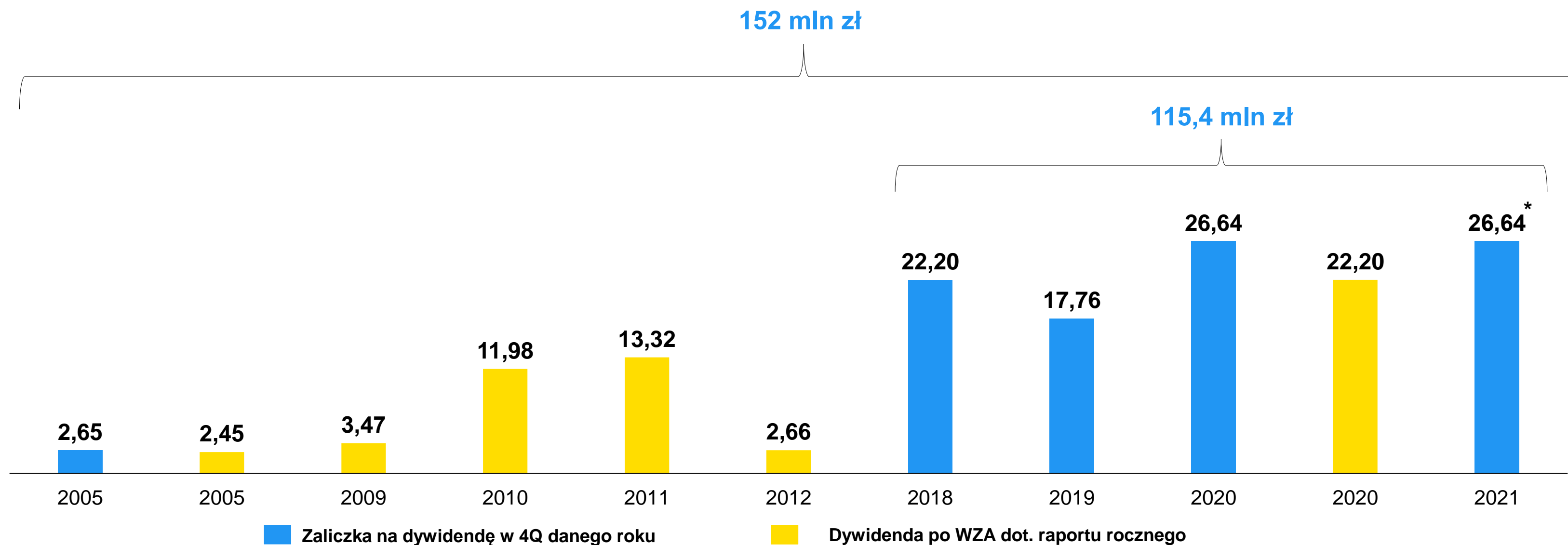
**13,7%**

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

## Wyplata zaliczki na dywidendę w grudniu br.

- Decyzją Zarządu z 16 listopada, 23 grudnia spółka wypłaci 26,6 mln zł zaliczki na poczet spodziewanej dywidendy w wysokości 1,20 zł na akcję.
- 17,8 mln zł będzie pochodzić z zysku za I półrocze 2021 roku, pozostała część ze środków zgromadzonych na funduszu dywidendowym

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



\* Wysokość zaliczki dywidendy za rok 2021 r. do wypłaty w dniu 23.12.2021 r.

**MOSCA**  
EXCELLENCE IN STRAPPING SOLUTIONS

**3LP S.A.**



## 3LP – podsumowanie zarządcze

### IPO

- Emisja nowych akcji - brak sprzedaży akcji przez TIM S.A. w ramach IPO,
- Pozyskanie środków na dalszy rozwój i uzyskanie rynkowej wyceny 3LP,
- Prospekt ukończony i złożony do KNF 29 października 2021 r.,
- Planowane IPO w I poł 2022 r.

### DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA

- Koncentracja na sprawnej obsłudze sezonowego wzrostu sprzedażowego (pik sprzedażowy opon, Black Friday, Mikołaj/Boże Narodzenie),
- Zawansowane rozmowy z klientami w zakresie zwiększenia zakresu i wydłużenia okresu współpracy,
- Uczestnictwo w procesach przetargowych w celu pozyskania nowych klientów.

### ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY

Budowa nowej hali na 25 tys. m<sup>2</sup>:

- Inwestycja realizowana w modelu „asset light”,
- Rozpoczęcie prac budowlanych 1 września 2021 r.,
- Aktualnie zakończone prace konstrukcyjne, trwa montaż konstrukcji dachowej i ścian,
- Planowany termin oddania hali: 2Q 2022 r.

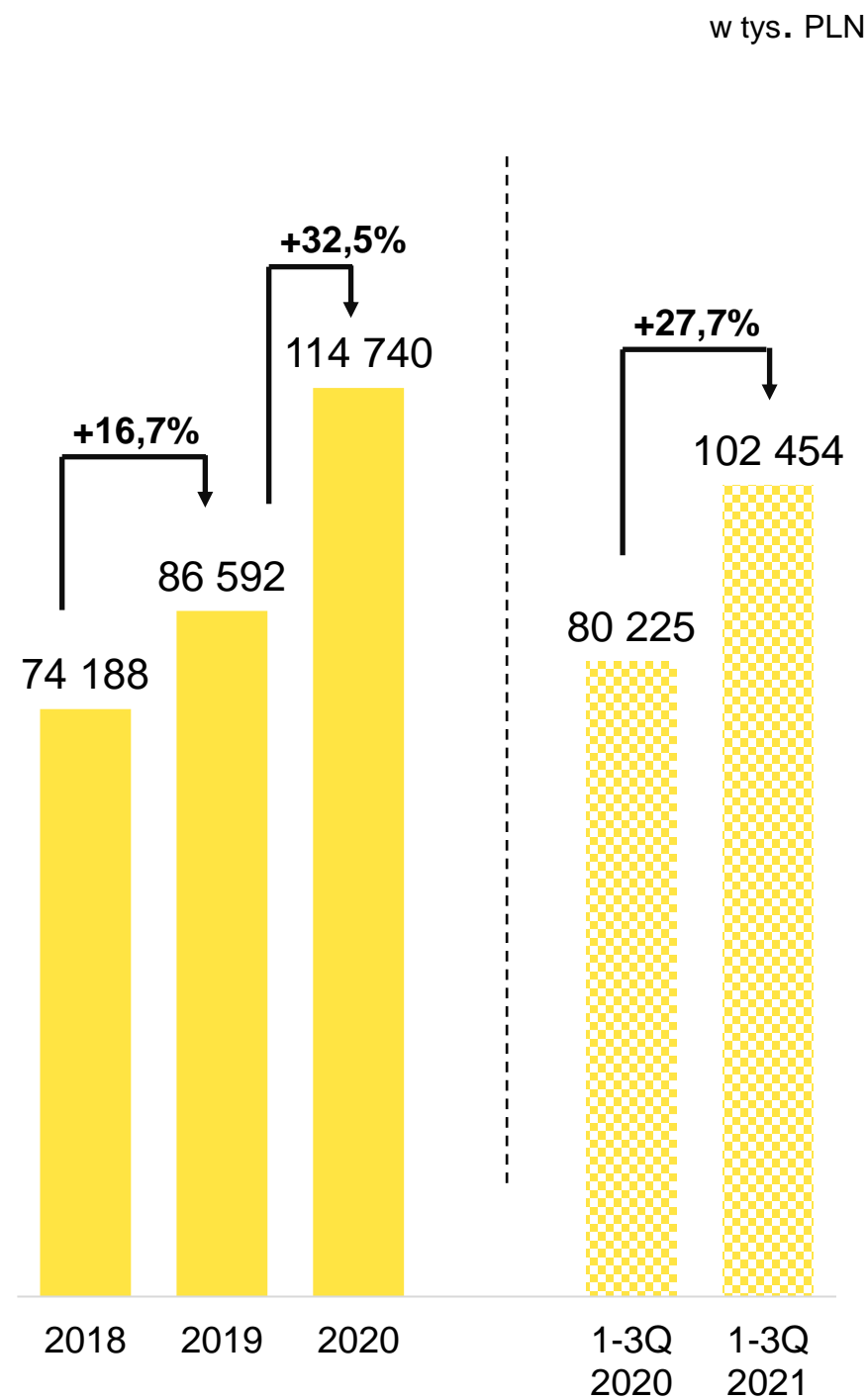
Wyposażenie nowobudowanej hali:

- Finansowanie po stronie 3LP (środki z IPO),
- Zawansowane negocjacje z dostawcami dot. systemu automatyki,
- Planowany termin uruchomienia 1Q 2023 r.

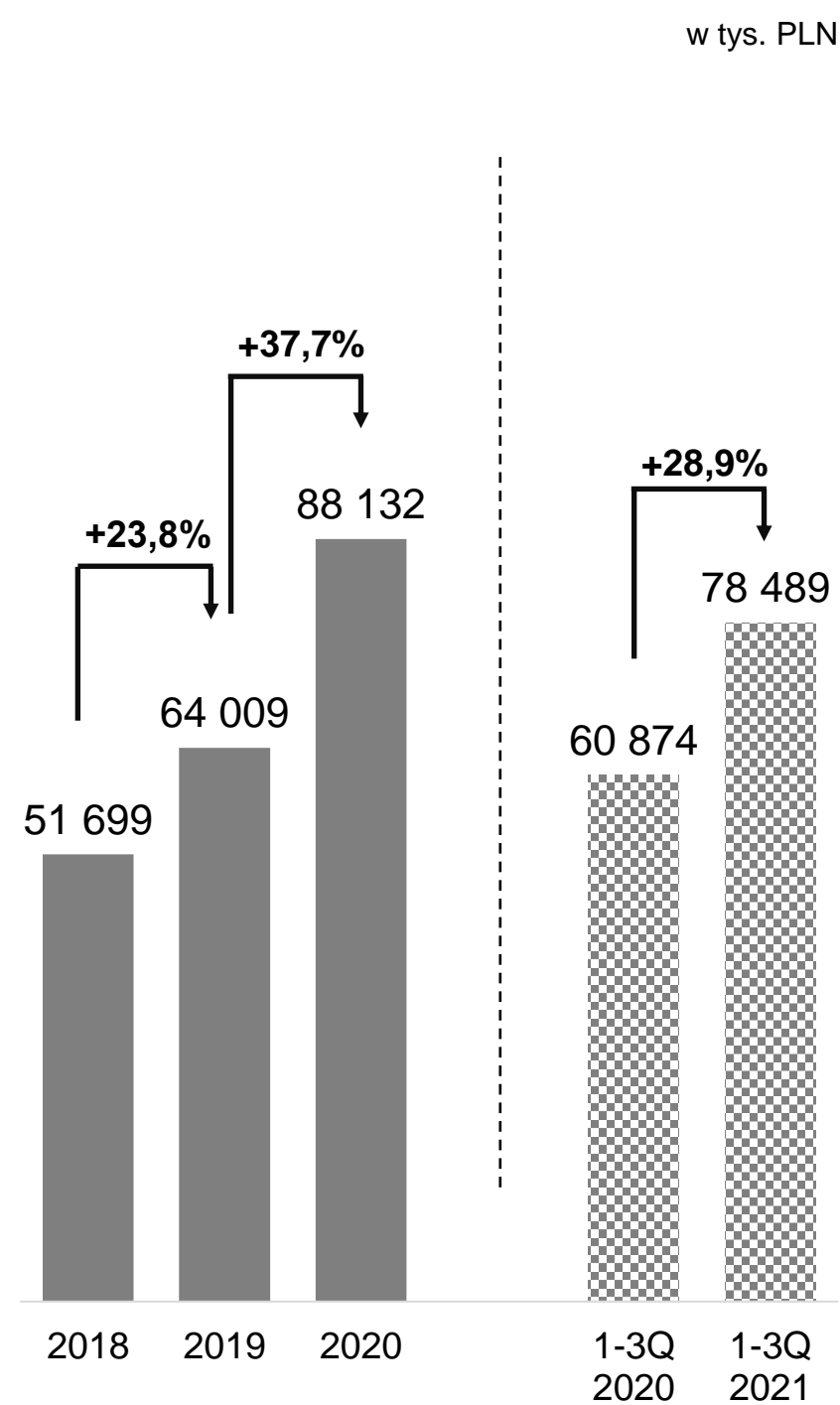


# Rosnące przychody i ich dywersyfikacja – pozytywne przepływy pieniężne

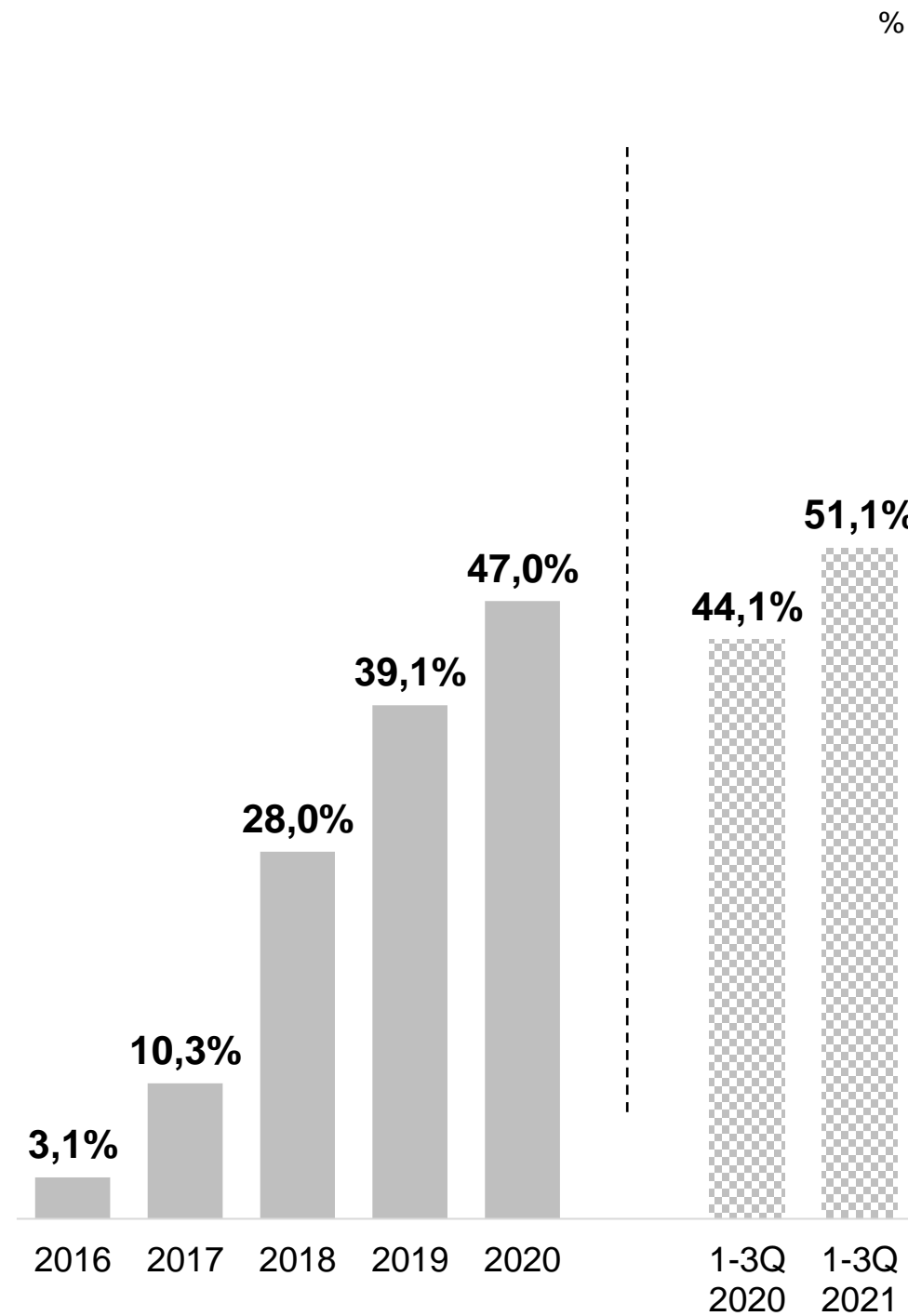
### Przychody całkowite



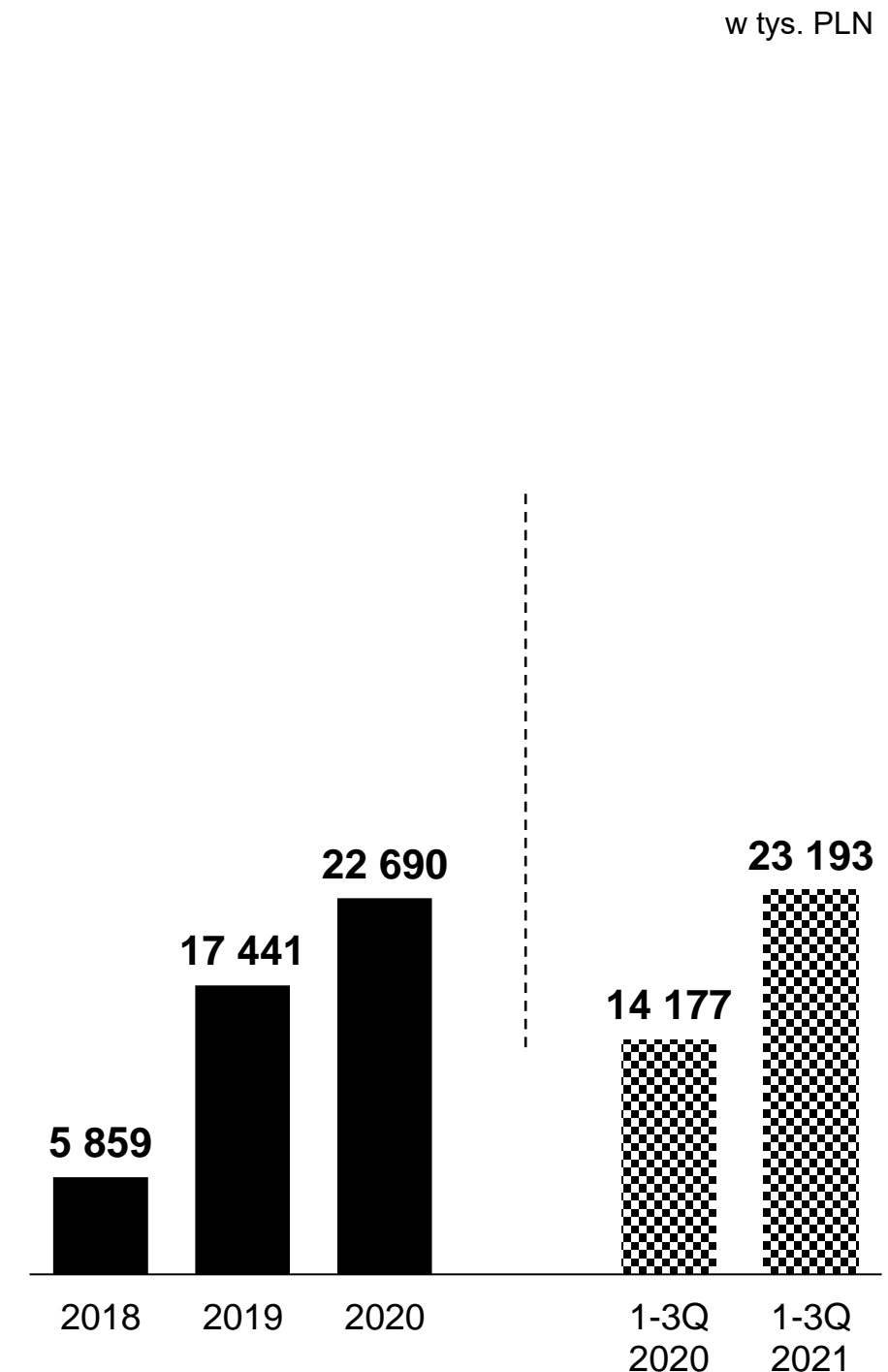
### Przychody z usług fulfillmentu



### Przychody generowane poza GK TIM



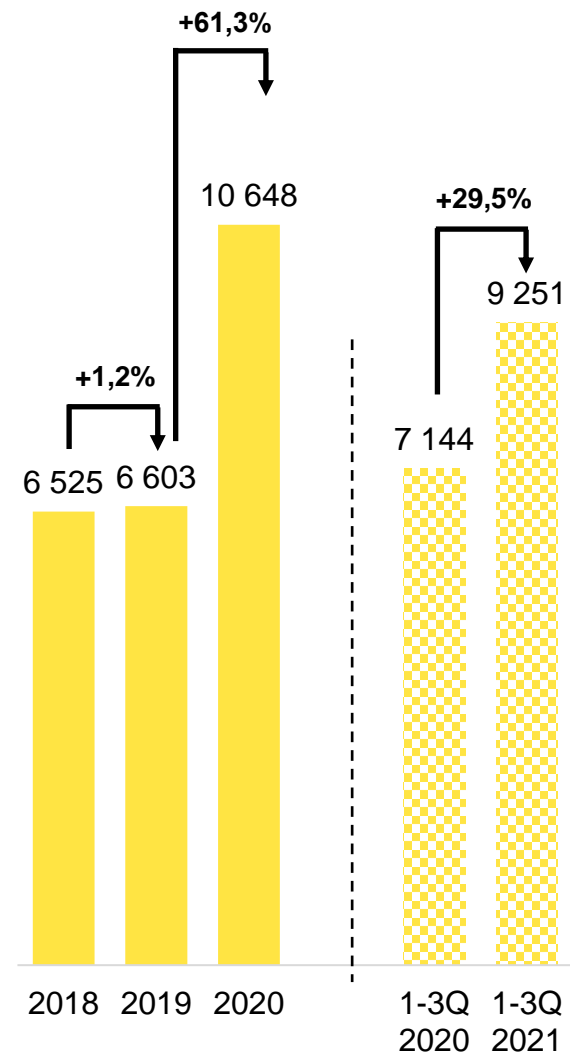
### Przepływy z działalności operacyjnej



## Sukces modelu biznesowego 3LP w liczbach

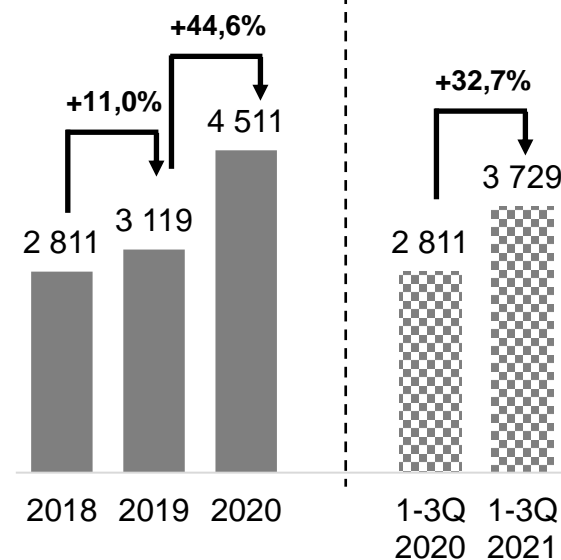
Liczba zrealizowanych linii

w tys.



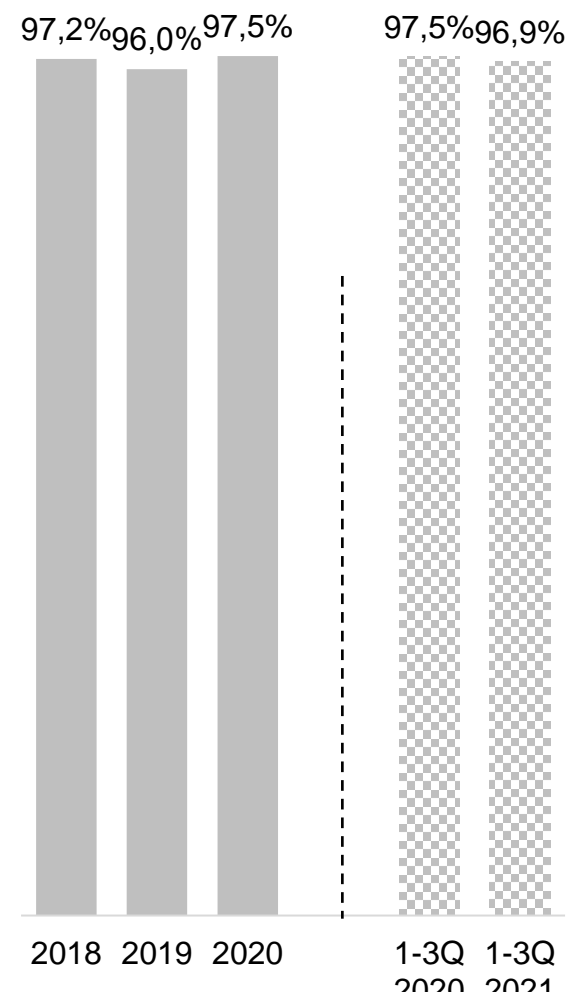
Liczba wysyłek (paczki + palety)

w tys.

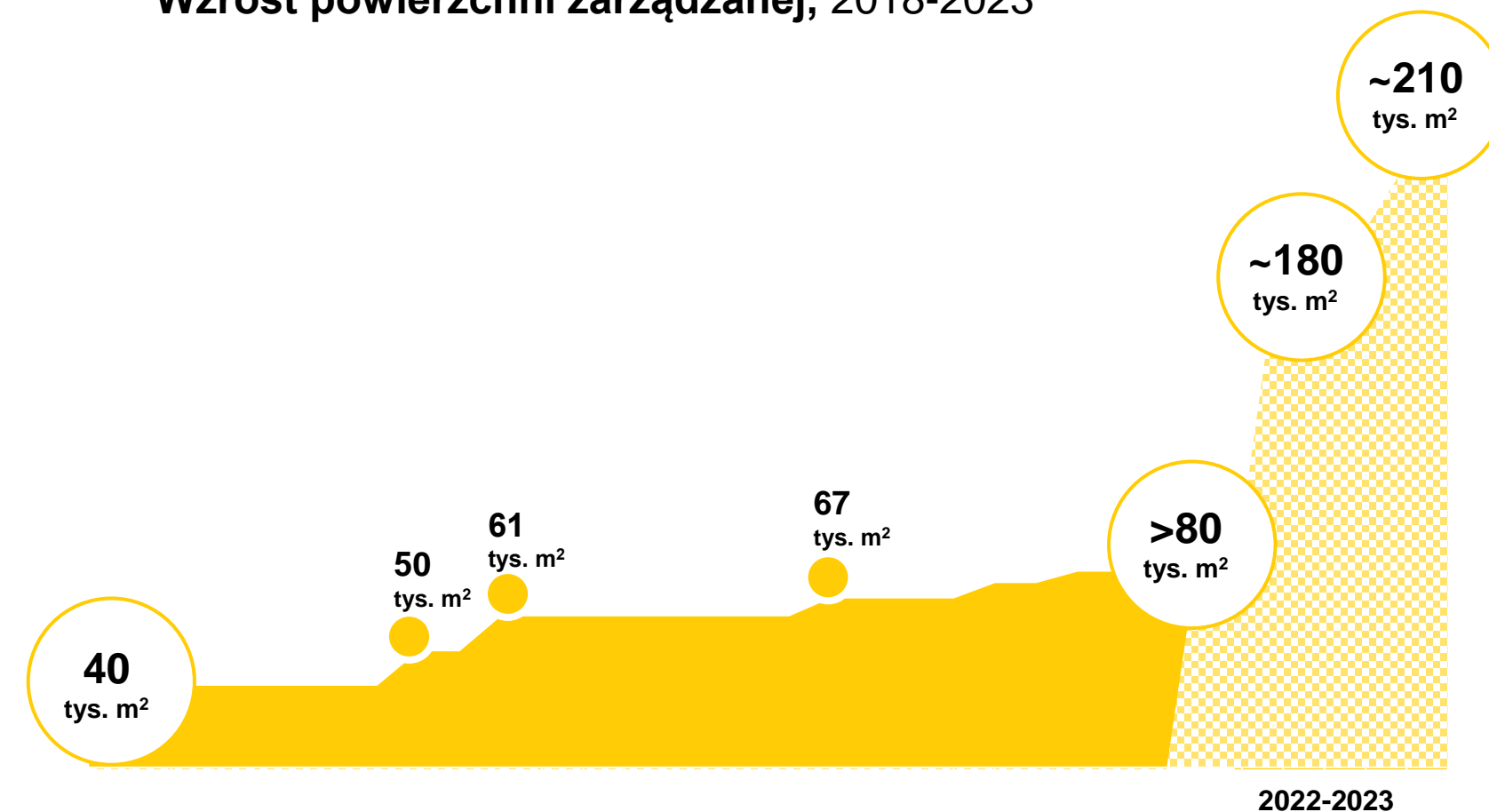


Terminowość dostaw

Średnia roczna



Wzrost powierzchni zarządzanej, 2018-2023



### Plany dalszego rozwoju – wybrane elementy strategii

- Nowa hala magazynowa w Siechnicach o powierzchni 25 tys. m<sup>2</sup>
- Inwestycja w System Shuttle na pow. 15 tys. m<sup>2</sup> w nowej hali w Siechnicach
- Otwieranie magazynów w nowych lokalizacjach oraz rozwój z obecnymi klientami

A modern office interior featuring a reception desk with the 'TIM' logo, a large living wall, and a wall-mounted sculpture. 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

## Agenda na 4Q 2021 / 2022

- Rewizja strategii marki TIM,
- Zdefiniowanie wizji, misji i pozycjonowania marki,
- Opracowanie nowego systemu brandingowego i tożsamości TIM,
- Sformułowanie angażującego brand story TIM.

### STRATEGIA TIM 2022+

- Optymalizacja procesów biznesowych,
- Wykorzystanie najnowszych narzędzi technologicznych,
- Przebudowa architektury IT środowiska systemów sprzedażowych,
- Budowa platformy TIM.pl na Magento 2.

### TIM 2.0

- Pozyskanie środków na dalszy dynamiczny rozwój spółki
- Uzyskanie rynkowej wyceny 3LP oraz urealnienie wyceny całej GK TIM
- Zwiększenie wiarygodności i transparentności
- Sprzedaż wyłącznie nowo wyemitowanych akcji.

### IPO 3LP

- Nowa hala na 25 tys. m<sup>2</sup>,
- Najnowocześniejsza, uniwersalna automatyka do obsługi e-commerce,
- Skokowe zwiększenie zdolności operacyjnych 3LP.

### ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY 3LP

# 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**

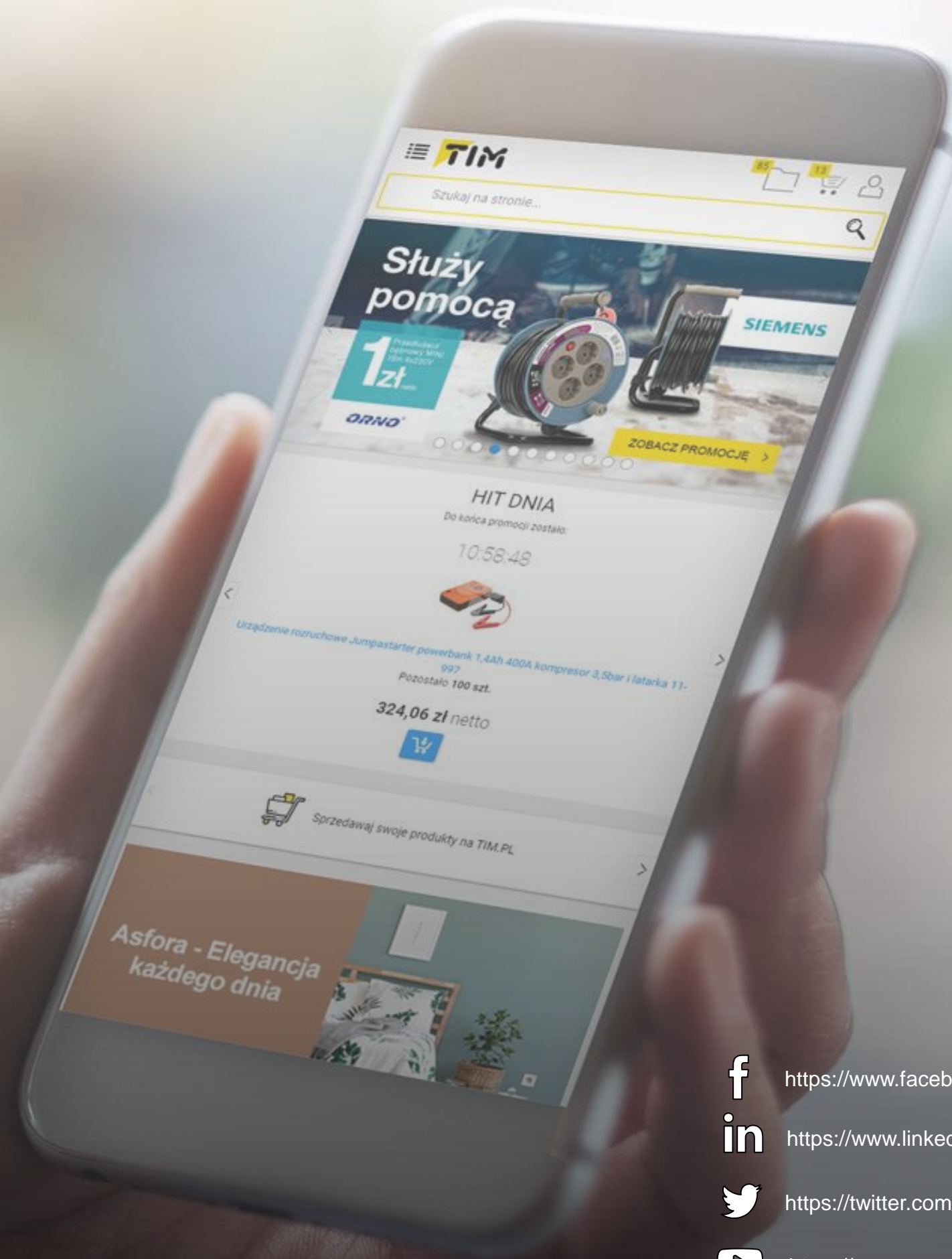
InnerValue Investor Relations

Ul. Wilcza 46

00-679 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/)