



PREZENTACJA DLA INWESTORÓW

Kwiecień 2022


Maciej Posadzy
Prezes Zarządu 3LP S.A.


3LP jednym z najdynamiczniej rozwijających się podmiotów fulfillmentu dla mid marketu e-commerce

 **Dynamiczny rozwój usług fulfillmentu w Polsce** - rosnący e-commerce napędza popyt na usługi

 **Wiodąca pozycja 3LP na rynku kompleksowych usług fulfillmentu** - pożądanym partnerem dla średnich firm e-commerce nieposiadających skali i know how pozwalającego na automatyzację

 **Perspektywa 3-krotnego wzrostu biznesu do końca 2023** - wzrost całkowitej zarządzanej powierzchni magazynowej 3LP i pełna automatyzacja w trakcie inwestycji

 **Wzrost stawek magazynowych i fulfillmentowych w Polsce tworzy ponadprzeciętną perspektywę wzrostu wyników 3LP w przeciągu kilku kolejnych lat** - podpisane umowy na wynajem magazynów z wynegocjowanymi stawkami sprzed wzrostu cen

 **Zaawansowany pipeline rozmów z nowymi klientami** pod nowe zarządzane powierzchnie magazynowe i potencjalni nowi klienci z akwizycji oraz rynku niemieckiego, wspierany niedopasowaną podażą magazynów w Polsce

>80 tys. m²

Całkowita zarządzana powierzchnia magazynowa -

2-krotne zwiększenie w ciągu 4 lat

137 mln PLN

Przychody w LTM 3Q2021 - blisko

2-krotne zwiększenie w ciągu 3 lat

35,5 mln PLN

EBITDA LTM 3Q2021 - blisko

3-krotne zwiększenie w ciągu 3 lat

52%

Udział przychodów z fulfillmentu realizowane poza Grupą TIM w LTM 3Q2021

Nowoczesne podejście biznesowe dzięki profesjonalnej kadrze i wsparciu TIM S.A.

Zarząd 3LP S.A.

Bogate doświadczenie widoczne w nowatorskiej transformacji TIM S.A. z silną wizją dalszego rozwoju spółki



Maciej Posadzy, Prezes Zarządu 3LP S.A.

- Od 2000 w Grupie TIM, w 3LP odpowiada za **strategię rozwoju i całość biznesu**.
- **Autor sukcesu transformacji biznesu 3LP od wewnętrznego działu logistyki TIM do jednego z najdynamiczniejszych podmiotów oferujących fulfillment dla sektora e-commerce w Polsce.**



Damian Krzypiec, Członek Zarządu 3LP S.A.

- Od 2000 w Grupie TIM, w 3LP odpowiada za **operacje**.
- **Doświadczony manager specjalizujący się w zarządzaniu procesami logistycznymi.**



Grzegorz Hachoł, Członek Zarządu 3LP S.A.

- Od 2004 w Grupie TIM, w 3LP odpowiada za **rozwój biznesu, sprzedaż i marketing**.
- **Ekspert w zarządzaniu logistyką, sprzedażą i zakupami.**



Magdalena Czyżkowska, Kierownik Wydziału Finansowego 3LP S.A.

- Od 2006 w Grupie TIM, odpowiada za **obszar finansów** spółki 3LP.
- **Ekspert rachunkowości finansowej i zarządczej.**

Program motywacyjny dla Zarządu 3LP na lata 2024-2026 po IPO, stanowiący 4,9% kapitału z 12-miesięcznym lock-upem

Akcjonariat: 100% akcji 3LP S.A. posiada TIM S.A., lock-up na 12 miesięcy po IPO

Dynamiczny wzrost biznesu w przeciągu niecałych 6 lat - kamienie milowe w rozwoju 3LP



LTM 2H 2017

52 mIn PLN
przychody całkowite
32 mIn PLN
z usług fulfillmentu

2016

40
tys. m²*

4% udział fulfillmentu
poza GK TIM

IV 2017

oponeo

X 2017

THG i CUBY Shuttle System

VIII 2018

IKEA

XI 2020

Modernizacja załadunków o automatykę

LTM 3Q2021

137 mIn PLN
przychody całkowite
106 mIn PLN
z usług fulfillmentu

52% udział fulfillmentu
poza GK TIM

2022

>80
tys. m²*

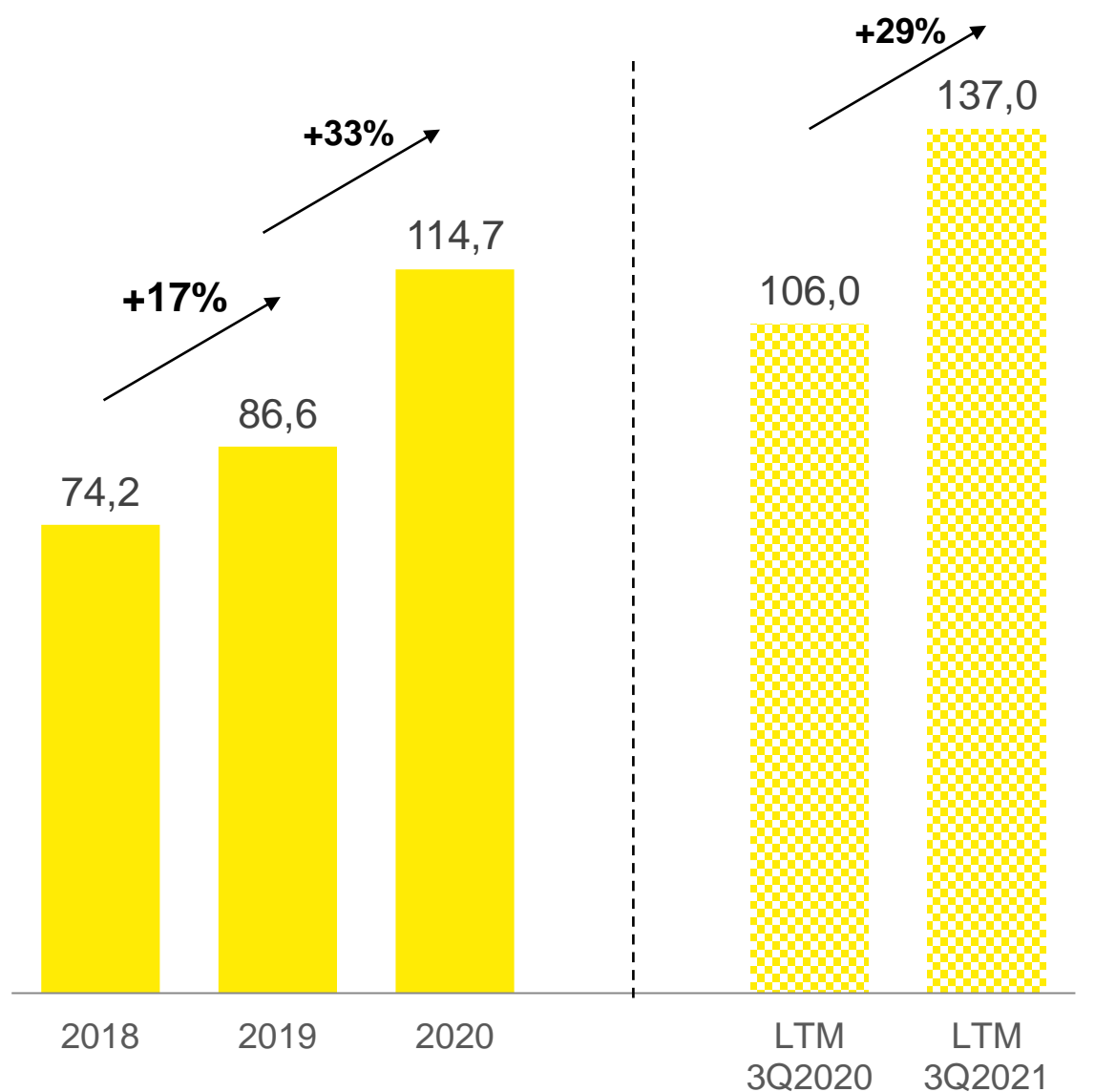


* Całkowita zarządzana powierzchnia magazynowa

Wzrost przychodów blisko 2-krotnie i 3-krotnie wyniku EBITDA w ciągu 3 lat

Przychody całkowite*

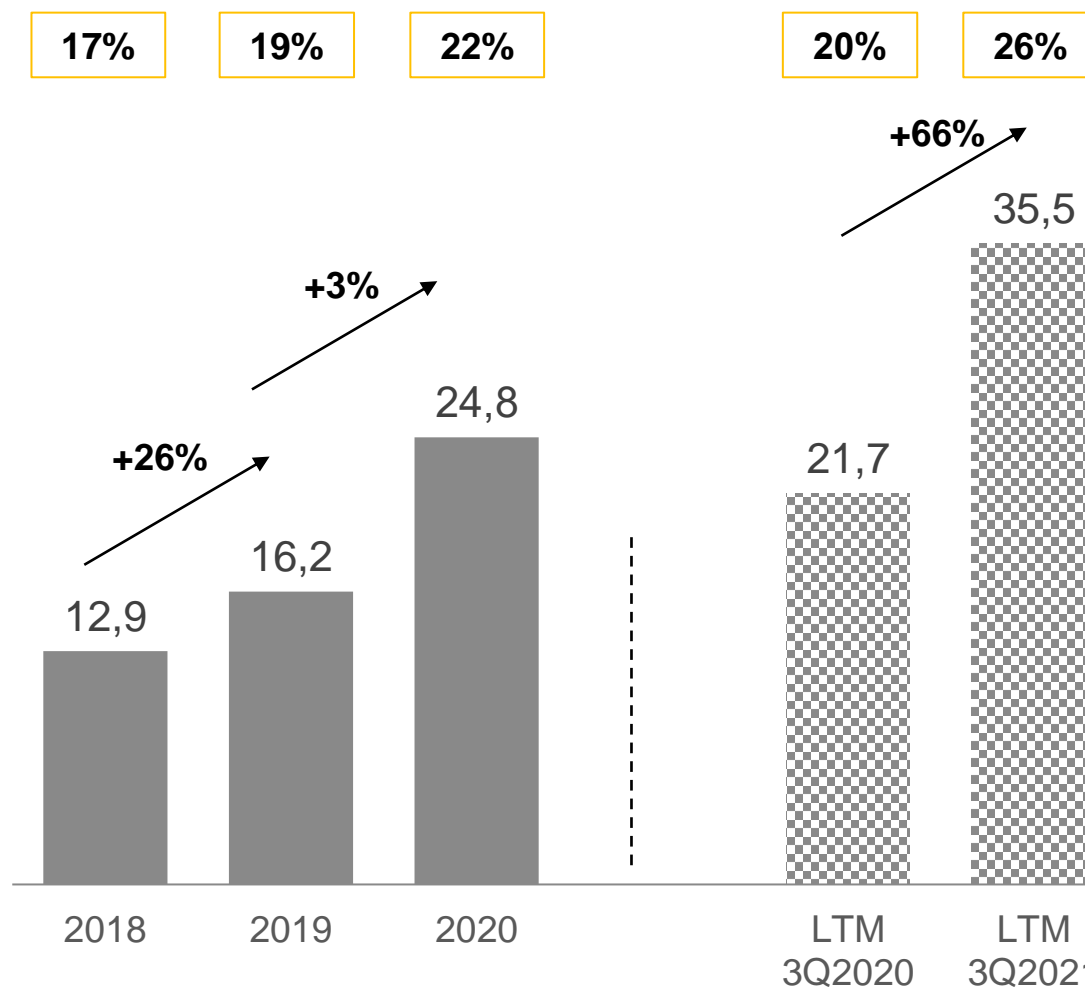
mln PLN



EBITDA

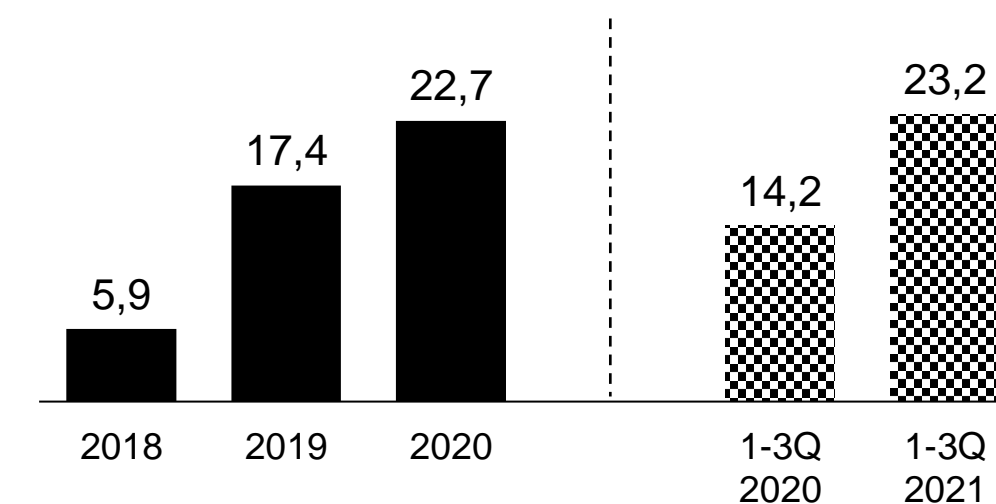
Marża EBITDA

mln PLN



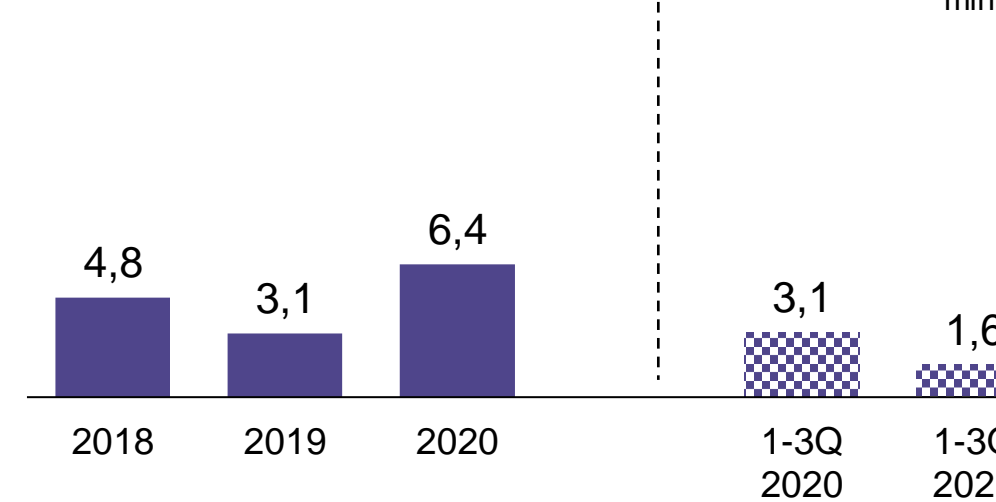
Przepływy z działalności operacyjnej

mln PLN



CAPEX

mln PLN

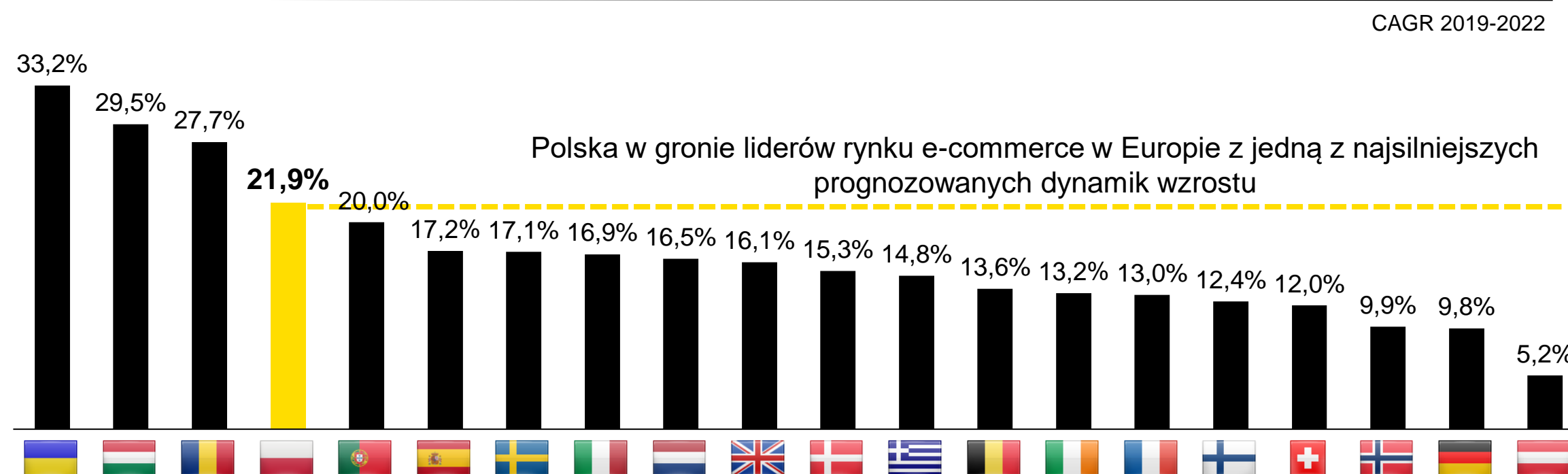


* usługi fulfillmentu stanowią ponad 77% udziałów w przychodach całkowitych w LTM 3Q2021

Źródło: Spółka

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

Prognozowana dynamika wzrostu rynku e-commerce*

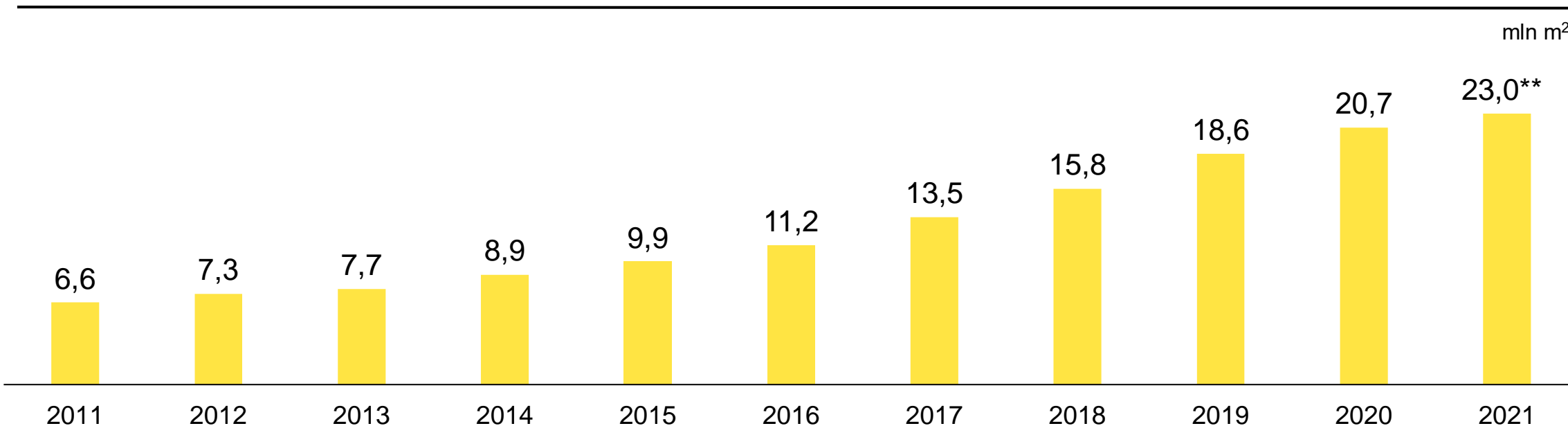


Przeniesienie przyzwyczajeń z zakupów konsumenckich online do firm i sytuacja związana z COVID-19 wspierają dalszy dynamiczny rozwój e-commerce i szybką digitalizację zakupów biznesowych

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

Zasoby powierzchni magazynowej w Polsce*



Dynamicznie rosnący e-commerce kluczowym czynnikiem wzrostu popytu na powierzchnię magazynową i profesjonalne usługi logistyczne

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

Sytuacja związana z COVID-19 potwierdziła, że sprawne procesy logistyczne to fundamentalny element prowadzenia efektywnej działalności w e-commerce

* Źródło: 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 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 (Third Party Logistics) oferowany przez ok. 10-15 podmiotów w Polsce (ok. 60 podmiotów łącznie)

Firmy oferujące fulfillment w Polsce jako kluczową usługę:

3LP

omnipack

INGRAM
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)* - potencjał do wzrostów

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

Obecne trendy rynkowe dot. fulfillmentu i magazynów:

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

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 outsoursuje operacje logistyczne we własnym zautomatyzowanym magazynie
- niższa marżowość takiej formy outsourcingu

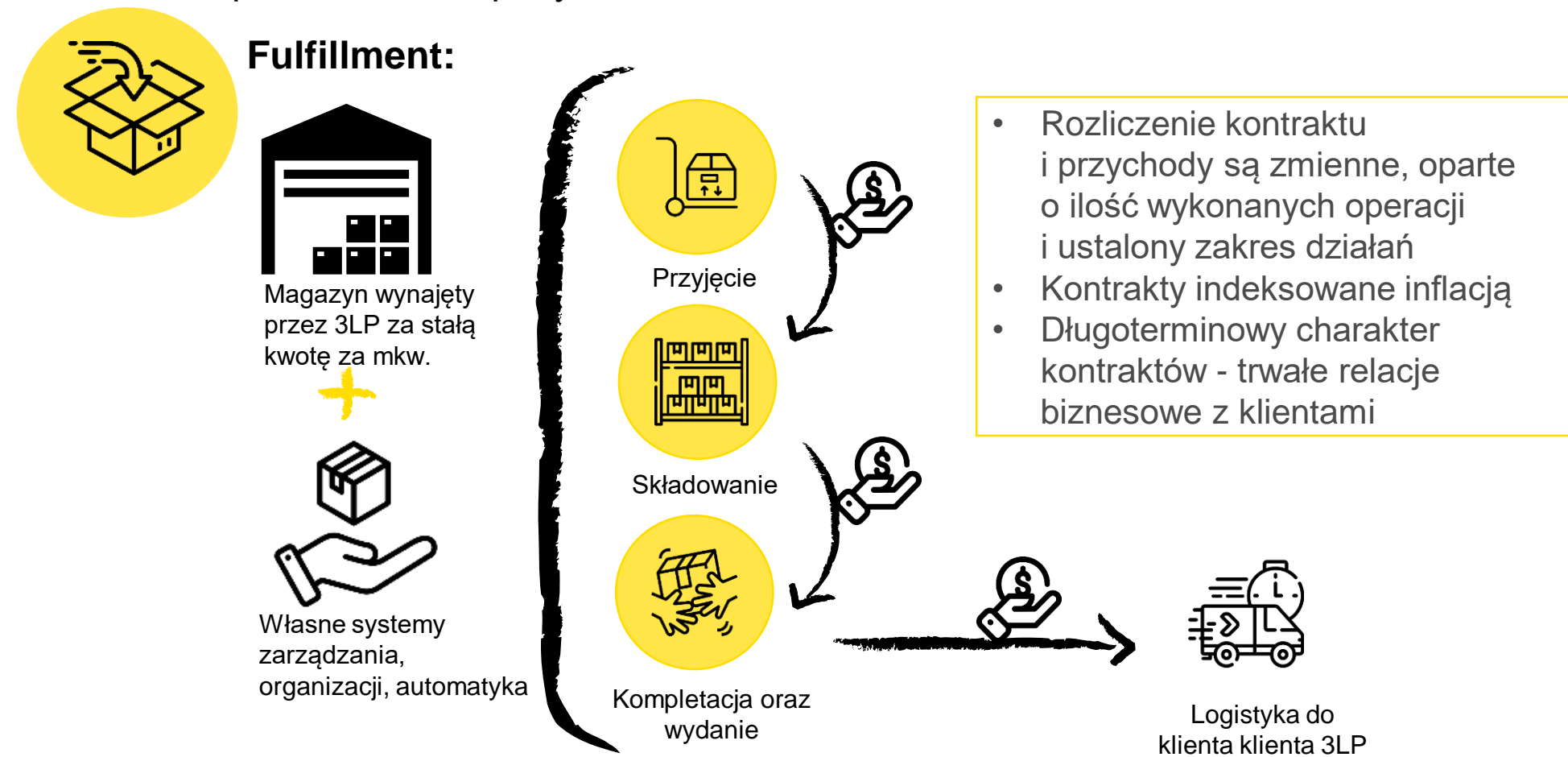
mid market - średnie firmy e-commerce i tradycyjni offline retailerzy

- 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 outsoursowana 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










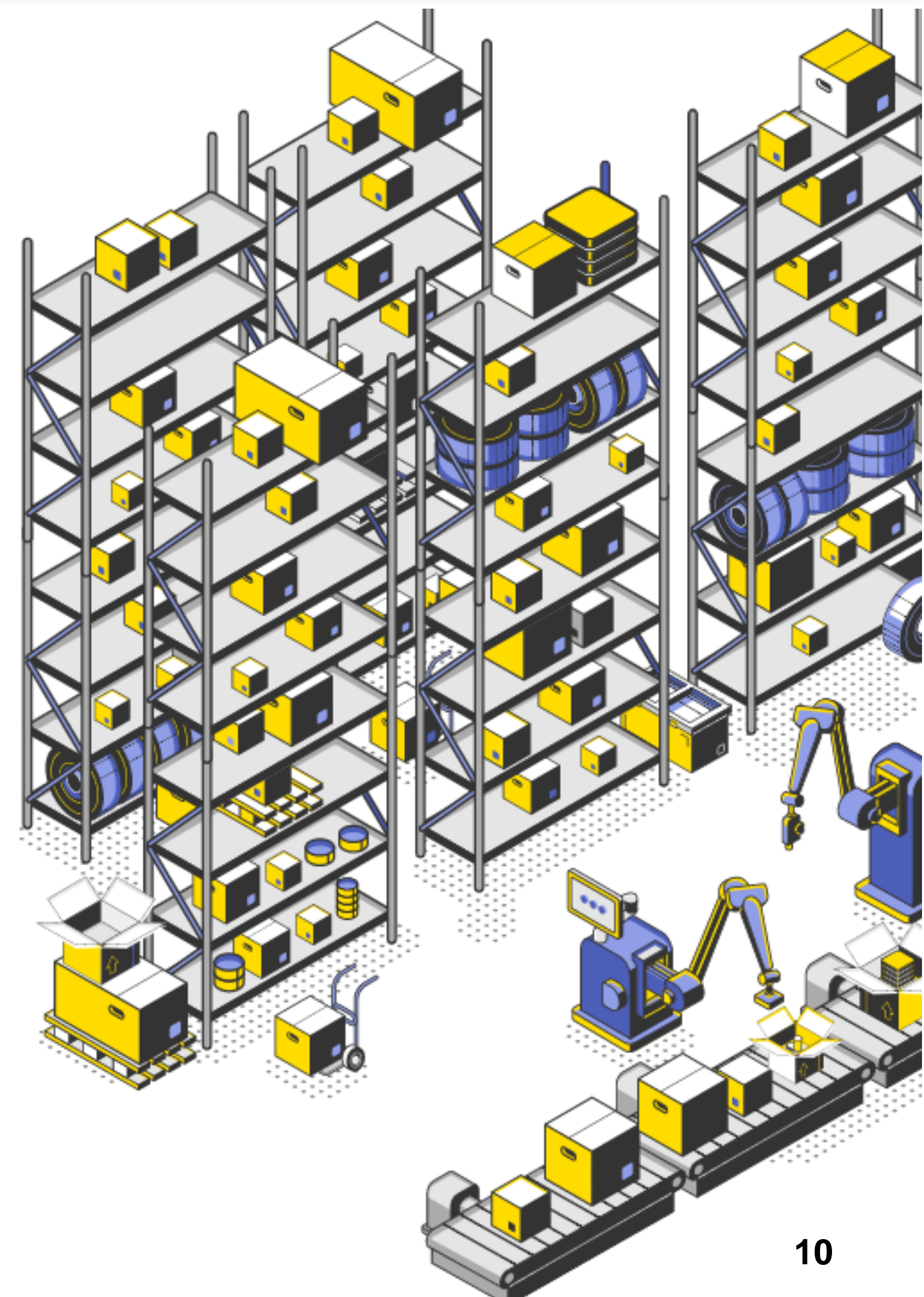
Magazyny buforowe

Nieregularne usługi magazynowania buforowego, ułatwiające klientom zarządzanie zapasami



Strategia rozwoju 3LP nakierowana na dalszy dynamiczny rozwój firmy

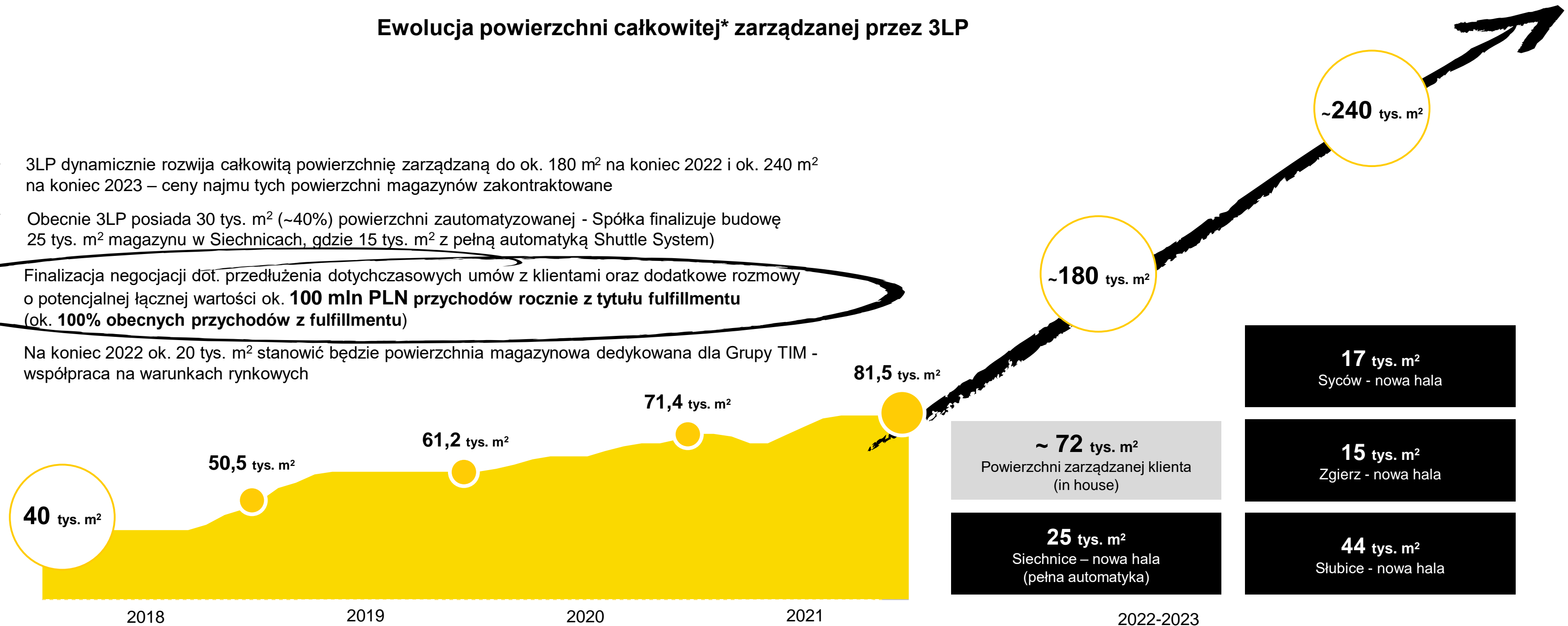
-  2-krotny w 2022 wzrost całkowitej zarządzanej powierzchni magazynowej i 3-krotny w 2023
-  Wzrost zautomatyzowanej powierzchni 1,5-krotnie na przełomie 2022 i 2023
-  Akwizycje i nowe sektory
-  Oferta usług dla rynku niemieckiego
-  Nowe usługi z wyższymi marżami i inwestycje w zieloną energię
-  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 m² na koniec 2022 i ok. 240 m² na koniec 2023 – ceny najmu tych powierzchni magazynów zakontraktowane
- Obecnie 3LP posiada 30 tys. m² (~40%) powierzchni zautomatyzowanej - Spółka finalizuje budowę 25 tys. m² magazynu w Siechnicach, gdzie 15 tys. m² z pełną automatyką Shuttle System)
- Finalizacja negocjacji dot. przedłużenia dotychczasowych umów z klientami oraz dodatkowe 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. m² 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.

Potencjalne akwizycje i wejście w nieobsługiwane dotąd branże

Akwizycje

Spółka analizuje możliwości inwestycji w zagraniczne oraz polskie spółki dostarczające usługi fulfillmentu dla e-commerce

Cele biznesowe:

- skokowy wzrost zarządzanej powierzchni,
- rozszerzenie kompetencji 3LP oraz
- pozyskanie klientów w branżach w których Spółka nie jest obecnie aktywna

Kryteria inwestycyjne:

- profil biznesowy potencjalnego przedmiotu akwizycji
- synergie przychodowe i kosztowe
- możliwości potencjalnej akwizycji podmiotów w których obecnie 3LP nie jest obecnie aktywne

Nowe branże do obsługi przez 3LP, z nastawieniem na działalność w e-commerce

Moda (odzież)

Kosmetyki

Suplementy diety

Artykuły sportowe

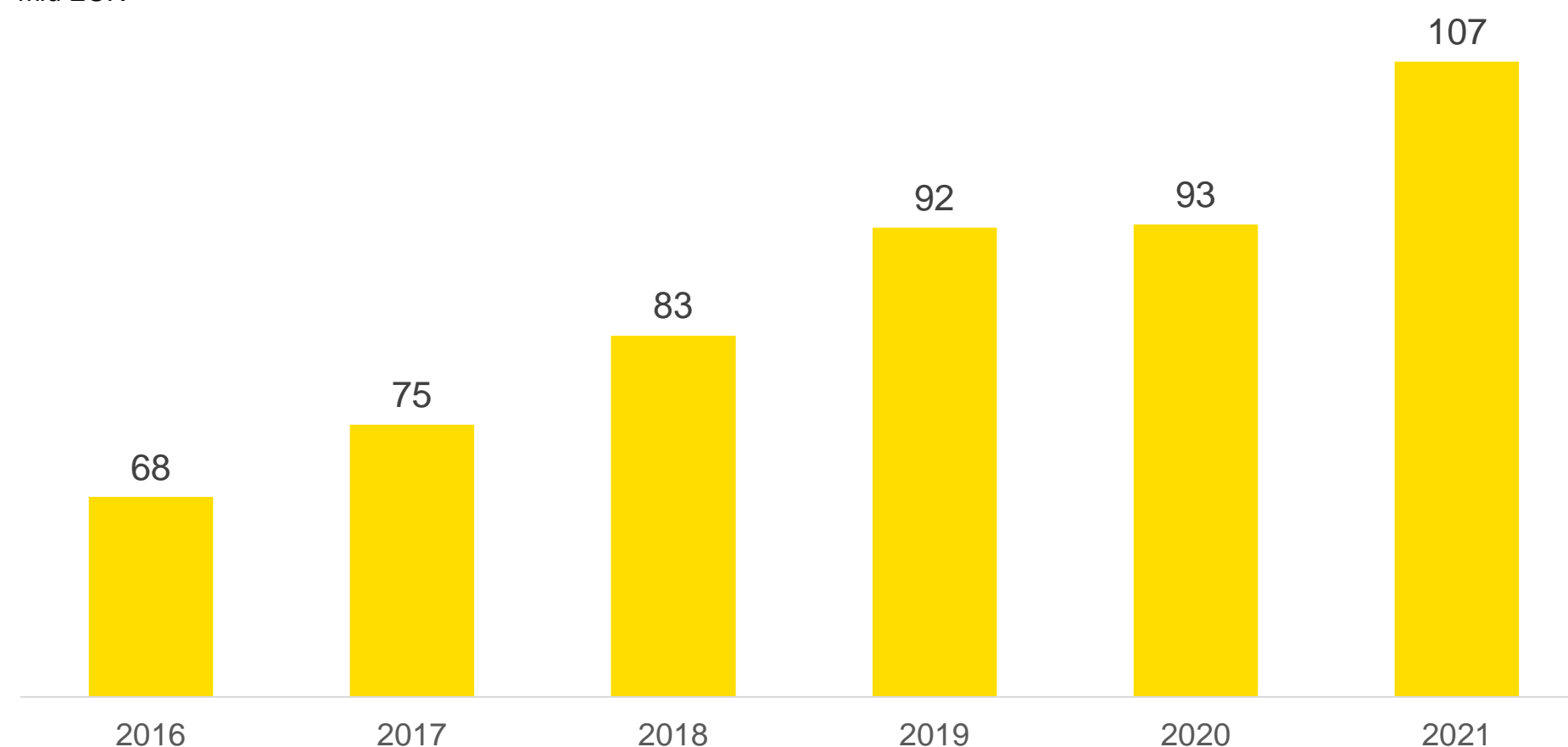
Branże obsługiwane aktualnie:

- Osprzęt elektroniczny
- Produkty motoryzacyjne
- Meble i akcesoria
- Artykuły higieniczne, chemia gospodarcza
- Zabawki i artykuły dla dzieci

Otwarcie się na rynek niemiecki z perspektywą dalszych dynamicznych wzrostów wspierane licznymi przewagami konkurencyjnymi 3LP

Wartość brutto e-commerce w Niemczech, 2016-2021*

mld EUR



2 największy rynek
e-commerce w Europie
i **5** na świecie

107 mld EUR
wartość niemieckiego rynku
e-commerce w 2021

5% CAGR 2021-2025
niemieckiego rynku
e-commerce

Plan wejścia na niemiecki rynek fulfillmentu

- Uruchomienie w 2H2023 centrum logistycznego w Słubicach (przy A2) o pow. 44 tys. m²
- Nowe centrum dedykowane do obsługi e-commerce w Niemczech (podpisany list intencyjny i umowa najmu do końca lutego)
- Centrum Logistyczne będzie wyposażone w automatykę pod e-commerce
- Opracowywana koncepcja marketingowa wyjścia na rynek niemiecki w celu pozyskiwania klientów
- Jednym ze scenariuszy jest akwizycja niewielkiego niemieckiego operatora logistycznego lub alians strategiczny z operatorem niemieckim

*Źródło: BEVH (der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V), Statista

Nowe usługi i współpraca z klientami oparta na modelu in-house oraz joint venture pozwalająca na dynamiczny rozwój

Planowane wdrożenia usług

Fulfillment z poziomu magazynów klientów w formie in-house oraz joint venture z klientami

Budowa działu spedycji w celu świadczenia usług transportowych klientom zewnętrznym

Zwiększenie wolumenu obsługi zleceń zagranicznych

Inne dodatkowe usługi

Celem 3LP jest generowanie ok. **10% przychodów ze sprzedaży z nowo wprowadzonych usług w ciągu 3 lat**, przy wyższym poziomie marży z uwagi na brak kosztów najmu oraz optymalizację procesów.

In House



Joint Venture

Możliwość nawiązania współpracy z klientami posiadającymi własną logistykę i obawiającymi się pełnego zlecenia usług fulfillmentu poza własną organizacją

- Zawarcie kontraktu z klientem na obsługę procesów logistycznych na pow. magazynowej klienta – 3LP przejmuje odpowiedzialność za realizację procesów logistycznych*
- W ramach kontraktu 3LP opcjonalnie finansuje inwestycje w infrastrukturę i automatyzację magazynową i wykorzystuje know-how do optymalizacji procesów logistycznych klienta.
- Model współpracy utrwala relacje z klientem i zapewnia długoterminową stabilność umów.

Od 2Q2022 3LP rozpocznie obsługę 72 tys. m² powierzchni magazynowej w modelu *in house*

- Powoływanie spółek *joint venture* z klientami ułatwia pozyskanie nowych podmiotów do współpracy.
- Nowy klient współwłaścicielem projektu - mniejsze obawy do współpracy z uwagi na możliwość wyjścia z inwestycji i ponownego wcielenia logistyki do własnej organizacji.
- Ustalenie udziałów we wspólnym przedsięwzięciu odbywa się w oparciu o wniesione przez strony środki materialne i niematerialne, wartość kontraktu oraz niezbędne nakłady finansowe.

* Zarządzanie operacjami i zasobami, personelem, oraz usługi dodatkowe niezbędne do realizacji tych procesów.

Wzrastająca dywersyfikacja przychodów poza GK TIM i plan osiągnięcia 60% udziału sprzedaży do klientów zewnętrznych do końca 2023

Wybrani, obecni klienci 3LP
poza GK TIM

IKEA

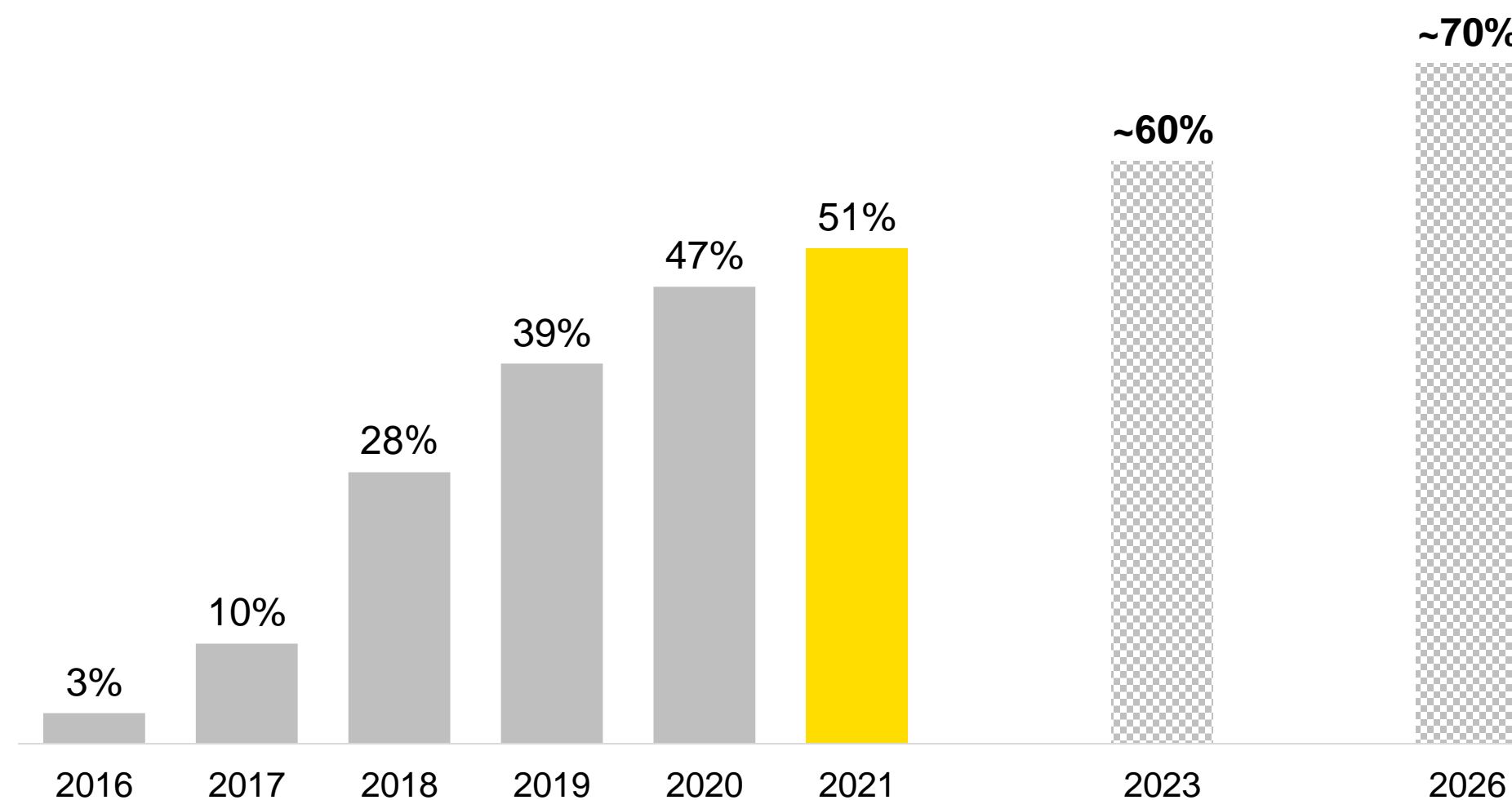
oponeo

rotopino.pl

essity

>90% udział przychodów
z usług fulfillmentu realizowane
dla klientów działających
w branży e-commerce

Udział przychodów z fulfillmentu poza GK TIM








5 dużych klientów* będzie generowało przychody z fulfillmentu do końca 2023

10 dużych klientów* będzie generowało przychody z fulfillmentu do końca 2026

*Duży klient stanowi przynajmniej 3% udział przychodów z fulfillmentu

Systematyczna poprawa efektywności kosztowej dzięki zwiększanej automatyzacji

	2019	2020	LTM 3Q2021	Komentarze
 Łączne przychody (mln PLN)	86,6	114,7	137,0	
 Koszty bez amortyzacji (mln PLN) (w tym jako % przychodów)	70,1 81%	90,0 78%	103,8 76%	
Koszty typowo zmienne (materiały, energia, usługi obce)	42,1 49%	55,1 48%	64,5 47%	
Wynagrodzenia z narzutami, praca tymczasowa i pozostałe	28,0 32%	34,8 30%	39,3 29%	
 EBITDA (mln PLN) (w tym jako % przychodów)	16,2 19%	24,8 22%	35,5 26%	
 EBIT (mln PLN) (w tym jako % przychodów)	2,5 3%	9,3 8%	18,4 13%	
 Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej (mln PLN)	17,4	22,7	23,2*	

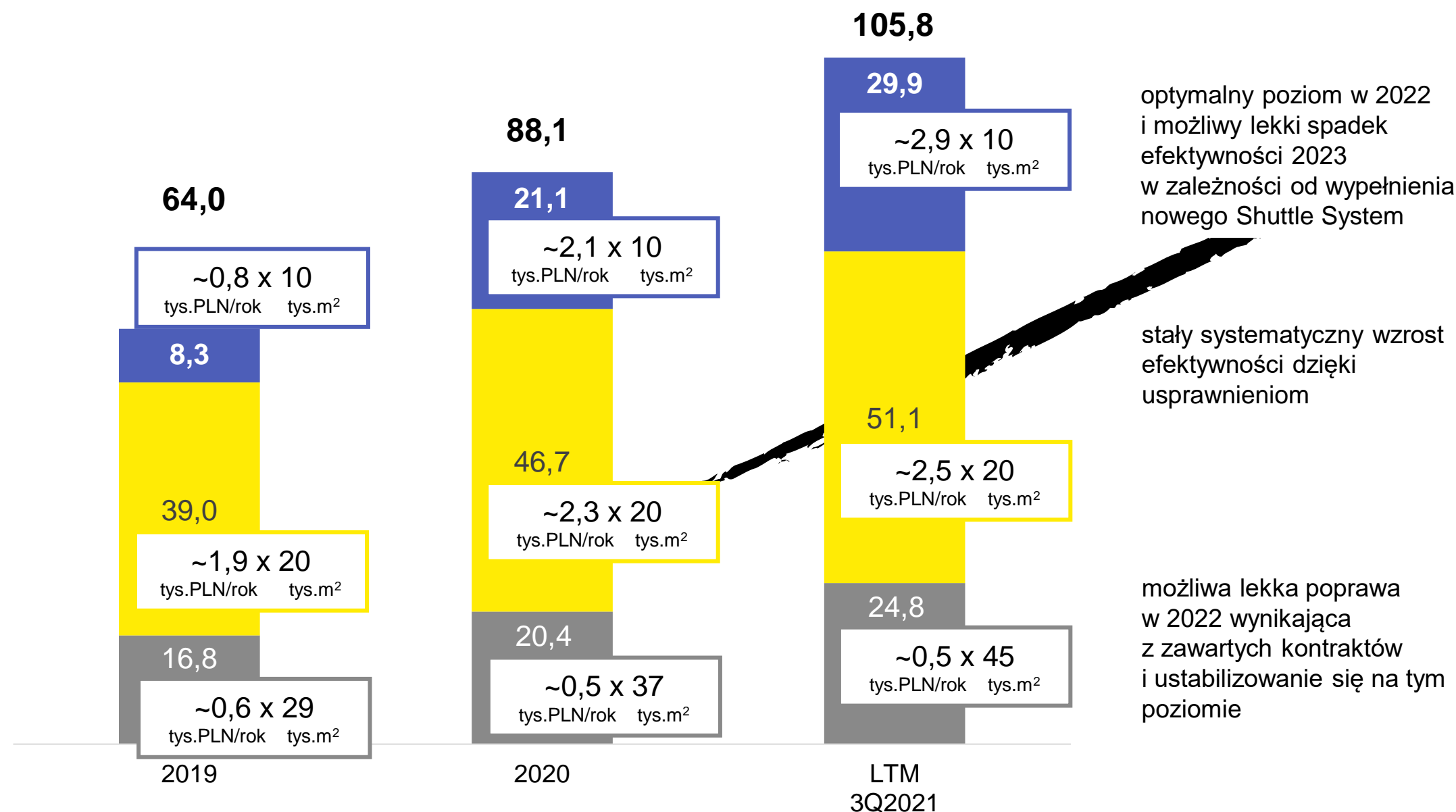
- Stabilizacja udziału kosztów typowo zmiennych w przychodach
- Systematyczna poprawa dzięki zwiększonej automatyzacji
- Zakładane szybkie tempo wykorzystania nowych powierzchni magazynowych nie powinno wpłynąć na wzrost udział % amortyzacji w relacji do przychodów

Dynamiczny wzrost przychodów dzięki ekspansji terytorialnej i poprawie efektywności

Systematyczny wzrost skali biznesu - zwiększenie efektywności wykorzystania powierzchni:
przychody z usług fulfillmentu (mln PLN) w podziale na poziom zautomatyzowania

■ automatyka (mln PLN)
 ■ TIM - częściowa automatyka (mln PLN)
 ■ brak automatyki (mln PLN)

średni przychód roczny z m² (tys. PLN) oraz średnia powierzchnia w okresie (tys. m²)






Potencjał rozwoju 3LP - podsumowanie

Dlaczego 3LP?

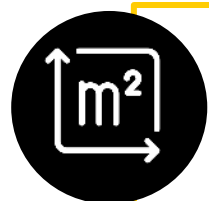
-  **Dynamiczny rozwój usług fulfillmentu w Polsce**
- wzrost e-commerce
-  **Wiodąca pozycja 3LP na rynku kompleksowych usług fulfillmentu** - partner dla średnich firm e-commerce bez skali pozwalającej na własną automatyzację
-  **Perspektywa 3-krotnego wzrostu biznesu - zarządzanej powierzchni całkowitej 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

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

Cele strategiczne do 2026

Długoterminowe cele strategiczne 3LP



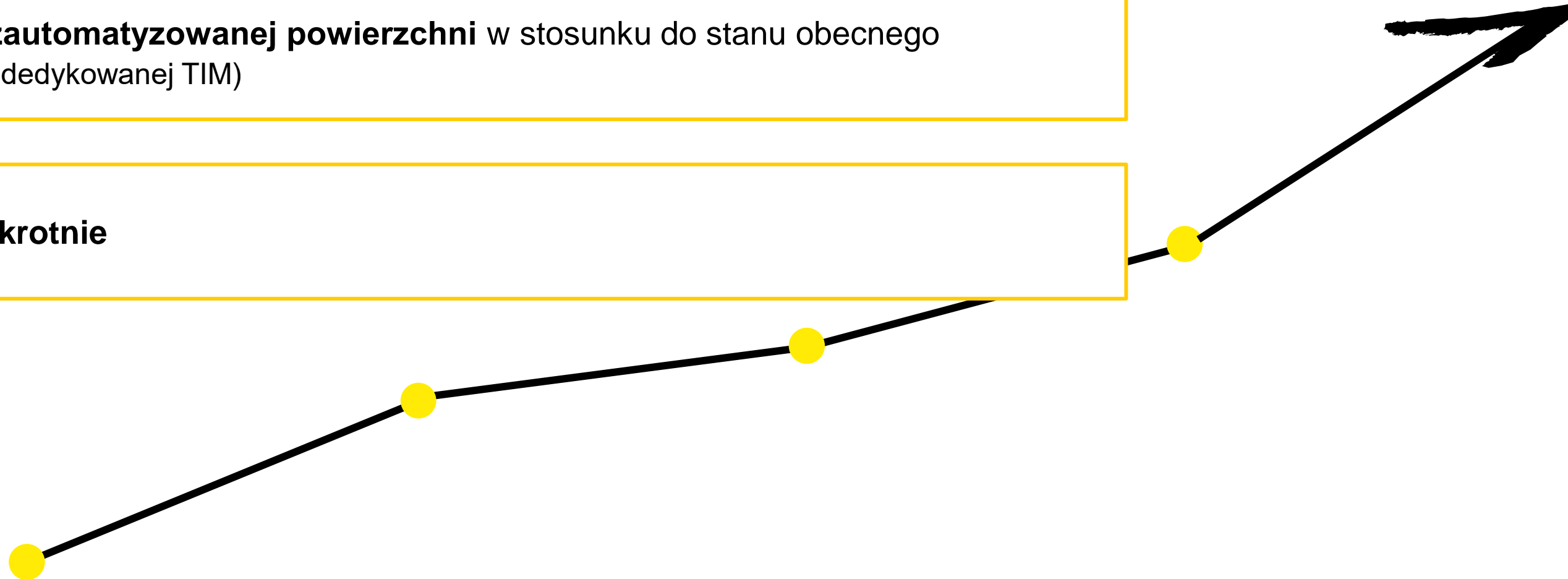
Osiągnięcie 400 tys. m² powierzchni całkowitej zarządzanej (ponad 5-krotny wzrost)



Ponad 5-krotne zwiększenie zautomatyzowanej powierzchni w stosunku do stanu obecnego (nie wliczając obecnej powierzchni dedykowanej TIM)



Wzrost przychodów ponad 3-krotnie



Planowane inwestycje w celu zwiększenia efektywności na wielu poziomach organizacji

Wykorzystanie wpływów z Oferty

Inwestycje w zakresie automatyki magazynowej

52 mln PLN



System Shuttle 2.0

(63 mln PLN częściowo finansowane leasingiem)

Zwiększenie powierzchni objętej automatyką o 50%

Dalsze inwestycje rzeczowe w zakresie automatyki magazynowej oraz inne wyposażenie, sprzęt IT poprawiający efektywność i ergonomię pracy - docelowy wzrost przychodów z m² nowej hali magazynowej w Siechnicach o pow. ok. 25 tys. m².

Rozwój zarządzanej powierzchni magazynowej

40 mln PLN



Rozwój organiczny

Osiągnięcie 240 tys. m² 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

Informacje o Ofercie

Emitent

3LP Spółka Akcyjna

Wielkość Oferty

Nie więcej niż 15,900,000 akcji serii E nowej emisji Spółki o wartości nominalnej 1 PLN. Brak sprzedaży przez TIM.

Planowana Struktura

Transza Inwestorów Instytucjonalnych
Transza Inwestorów Indywidualnych (ok. 20% Akcji Oferowanych)

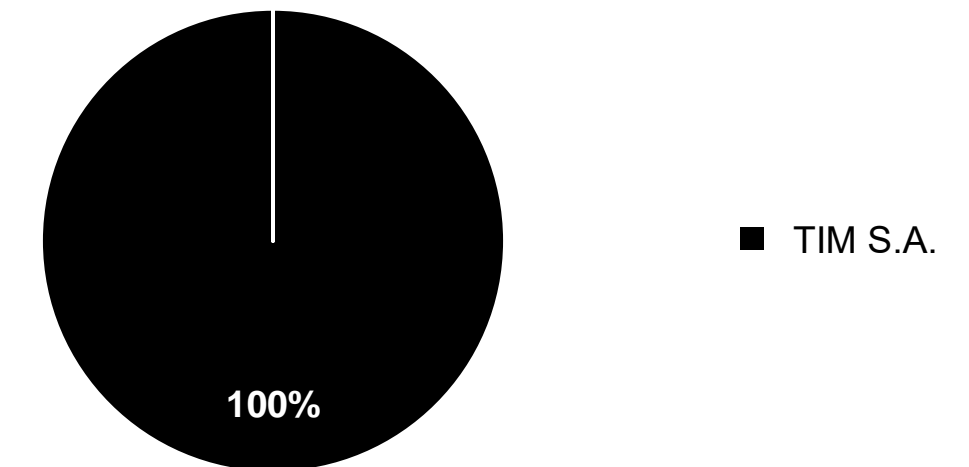
Rynek Notowań

Rynek regulowany Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie

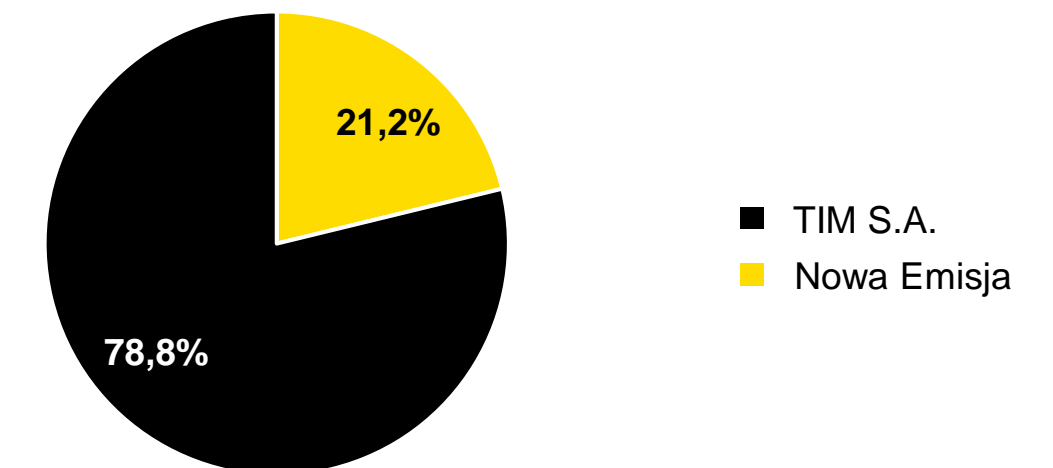
Lock-up

360 dni od dnia pierwszego notowania Akcji Spółki

Akcjonariat przed Ofertą



Akcjonariat po Ofercie



Harmonogram

26 kwietnia 2022

Publikacja Prospektu (rozpoczęcie Oferty Publicznej)

9 maja 2022

Publikacja Ceny Maksymalnej

10 - 17 maja 2022

Okres przyjmowania zapisów od Inwestorów Indywidualnych (do 12 maja 2022 do godz. 23:59)

10 maja 2022

Rozpoczęcie procesu budowania Księgi Popytu wśród Inwestorów Instytucjonalnych

17 maja 2022

Zakończenie procesu budowania Księgi Popytu wśród Inwestorów Instytucjonalnych

17 maja 2022

Ustalenie i opublikowanie ostatecznej liczby Akcji Oferowanych, ostatecznej liczby Akcji Oferowanych poszczególnym kategoriom Inwestorów oraz Ostatecznej Ceny Akcji Oferowanych

18 - 23 maja 2022

Okres przyjmowania zapisów od Inwestorów Instytucjonalnych

25 maja 2022

Przyjmowanie zapisów, jeśli nastąpią, przez Inwestorów Zastępczych, którzy odpowiedzą na zaproszenie Menedżera Oferty

27 maja 2022

Przydział Akcji Oferowanych, zamknięcie Oferty

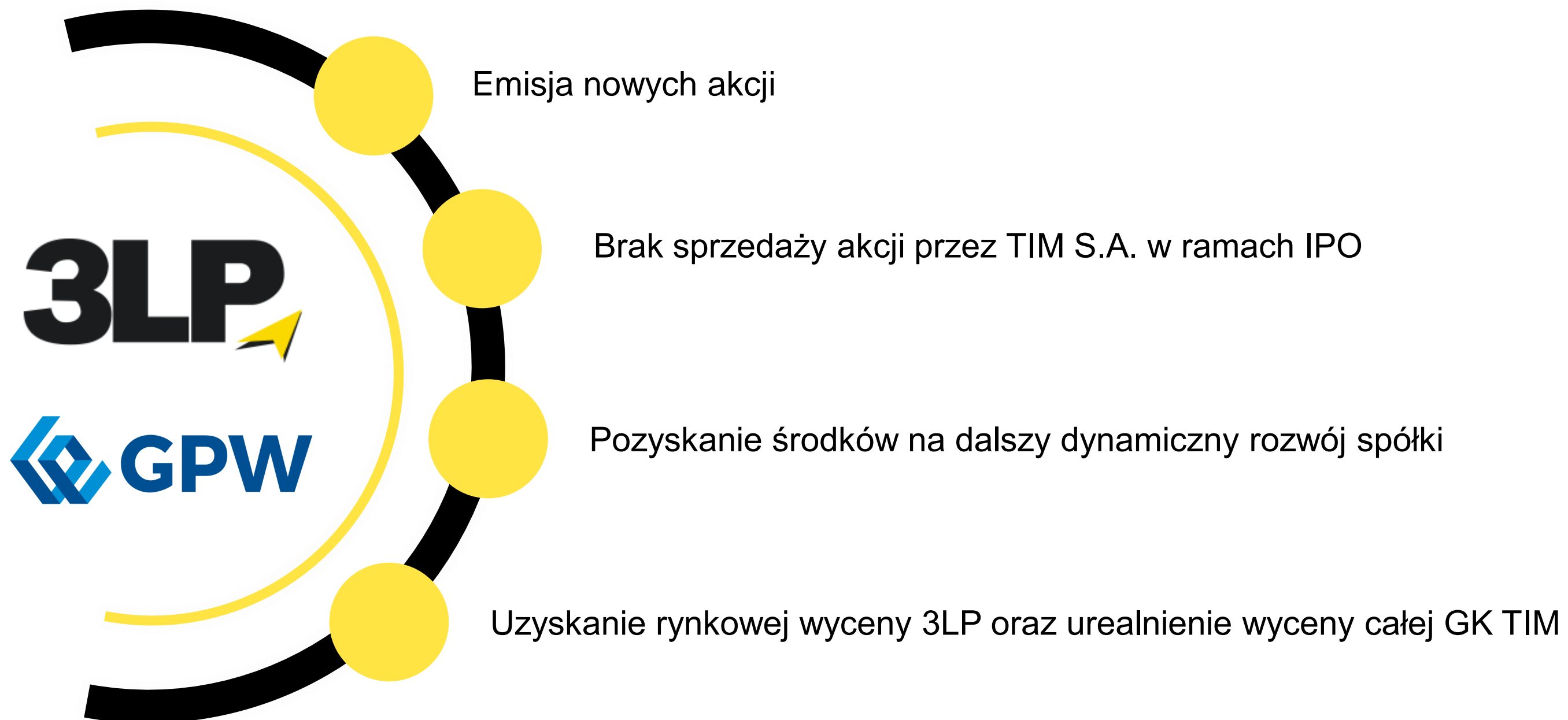
**ok. 2 tyg. od przydziału
Akcji Oferowanych**

Przewidywany termin rozpoczęcia notowania Praw do Akcji („PDA”) na GPW, z zastrzeżeniem, że termin ten uzależniony jest również od przebiegu postępowań prowadzonych przez KDPW oraz GPW w przedmiocie dopuszczenia i wprowadzenia Akcji oraz Praw do Akcji do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez GPW

**ok. 1 m-ca od przydziału
Akcji Oferowanych**

Przewidywany termin rozpoczęcia notowań Akcji Istniejących oraz Nowych Akcji (akcje po PDA) na rynku regulowanym prowadzonym przez GPW

Kluczowe założenia IPO - podsumowanie



Zastrzeżenia prawne

Informacje zamieszczone w przedmiotowej prezentacji zostały przygotowane przez 3LP S.A. z siedzibą w Siechnicach („Spółka”) wyłącznie w celu informacyjnym na potrzeby prezentacji dla inwestorów oraz analityków rynku („Prezentacja”). Poprzez udział w spotkaniu, na którym Prezentacja jest przedstawiana lub przez zapoznanie się z treścią poniższej Prezentacji zgadzają się Państwo na poniżej określone ograniczenia i zastrzeżenia.

Niniejsza Prezentacja nie stanowi rekomendacji inwestycyjnej bądź informacji rekomendującej lub sugerującej strategię inwestycyjną. 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.

Źródło pochodzenia informacji zostało każdorazowo wskazane w niniejszej Prezentacji, a Spółka ani jakikolwiek inny podmiot działający na zlecenie Spółki nie dokonywał niezależnej weryfikacji danych, o których mowa powyżej. Niniejsza Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej lub handlowej Spółki, 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 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 Spółki. Prezentacja nie może być rozumiana jako prognoza przyszłych wyników Spółki. 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.

Informacje, opinie i stwierdzenia dotyczące przyszłości zawarte w niniejszej Prezentacji są aktualne wyłącznie w dacie niniejszej Prezentacji i mogą zostać zmienione bez zawiadomienia. Spółka, 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 Spółki, jej przedstawicieli, akcjonariuszy, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób. Spółka, 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. Ani Prezentacja, ani jakakolwiek kopia Prezentacji nie może być powielana, rozpowszechniana ani przekazywana, bezpośrednio lub pośrednio, jakiegokolwiek osobie w jakimkolwiek celu bez pisemnej zgody Spółki.

Niniejsza Prezentacja nie podlega dystrybucji ani wykorzystaniu przez żadną osobę ani jakikolwiek podmiot w jakiegokolwiek jurysdykcji, gdzie taka dystrybucja lub wykorzystanie byłoby sprzeczne z przepisami prawa miejscowego lub zobowiązywałoby Spółkę do uzyskania autoryzacji, licencji albo uzależniało od wymogów rejestracyjnych wynikających z obowiązujących przepisów prawa.

Prospekt, zatwierdzony przez KNF 25 kwietnia 2022 roku, jest jedynym prawnie wiążącym dokumentem zawierającym informacje o 3LP i oferowanych papierach wartościowych 3LP, a także o ich dopuszczeniu i wprowadzeniu do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.



**Dziękujemy za uwagę
i zapraszamy do kontaktu**



https://m.facebook.com/3LPESA/?locale2=pl_PL



<https://www.linkedin.com/company/3lp-s.a/>



https://twitter.com/TIM_SA



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



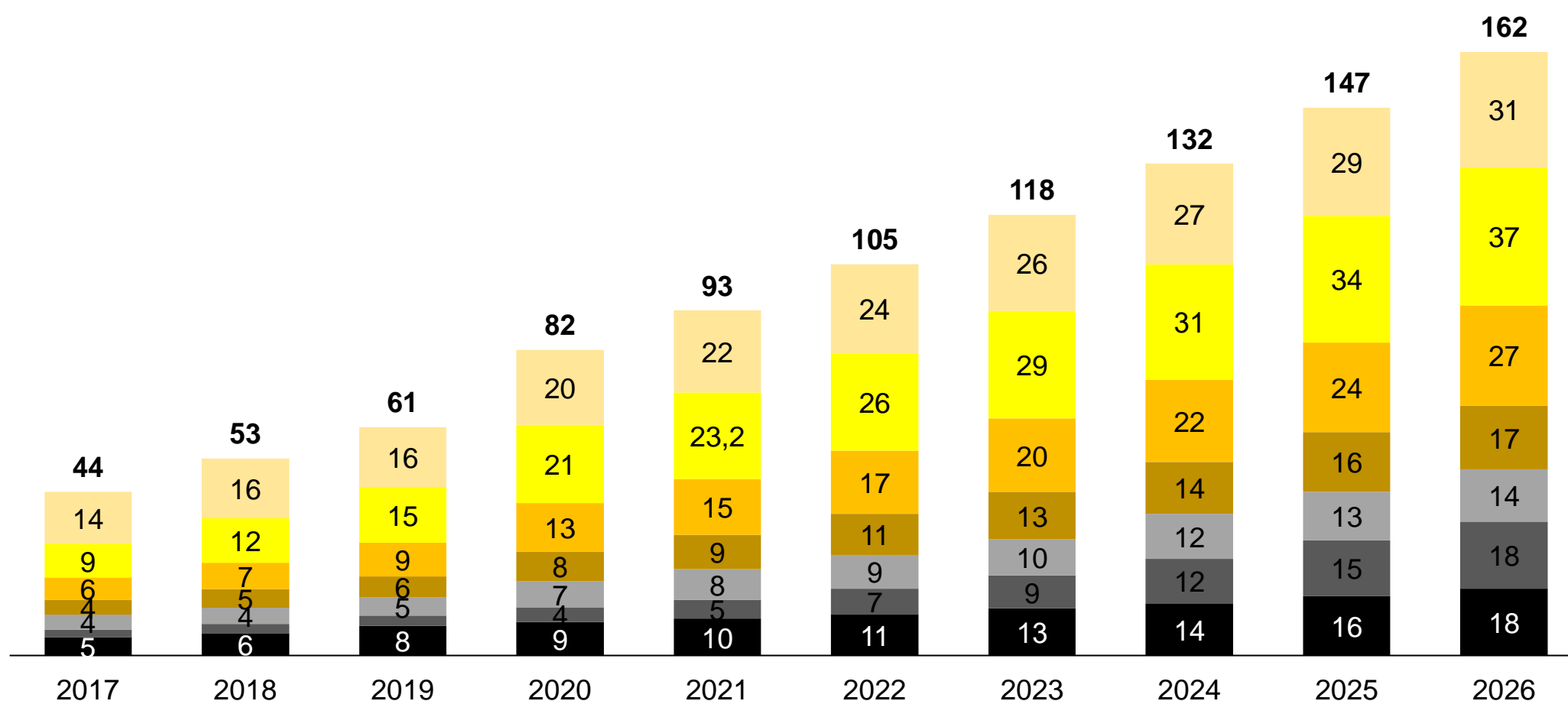
https://instagram.com/tim_sa_polska/

Załącznik - trwający trend migracji do kanału online przekłada się na wysoką prognozowaną dynamikę segmentu e-commerce

Wartość brutto sprzedaży dóbr online w Polsce, 2017-2026*

mld PLN

■ Auto i inne ■ Produkty spożywcze ■ Zdrowei i uroda ■ Zabawki i dziecko
■ Odzież i obuwie ■ Dom i ogród ■ Elektronika i Media



14% (+4 p.p. vs 2019)

Udział sprzedaży detalicznej online w łącznej sprzedaży detalicznej dóbr w Polsce w 2020 – perspektywa dalszych wzrostów

35%

Wzrost sprzedaż dóbr online w Polsce w 2020 r/r

85%

Udział Polaków deklarujących przynajmniej utrzymanie obecnej częstotliwości zakupów online po pandemii COVID-19

12% (do 162 mld PLN w 2026)

Szacowany średnioroczny wzrost sprzedaży dóbr online w Polsce w latach 2020-2026

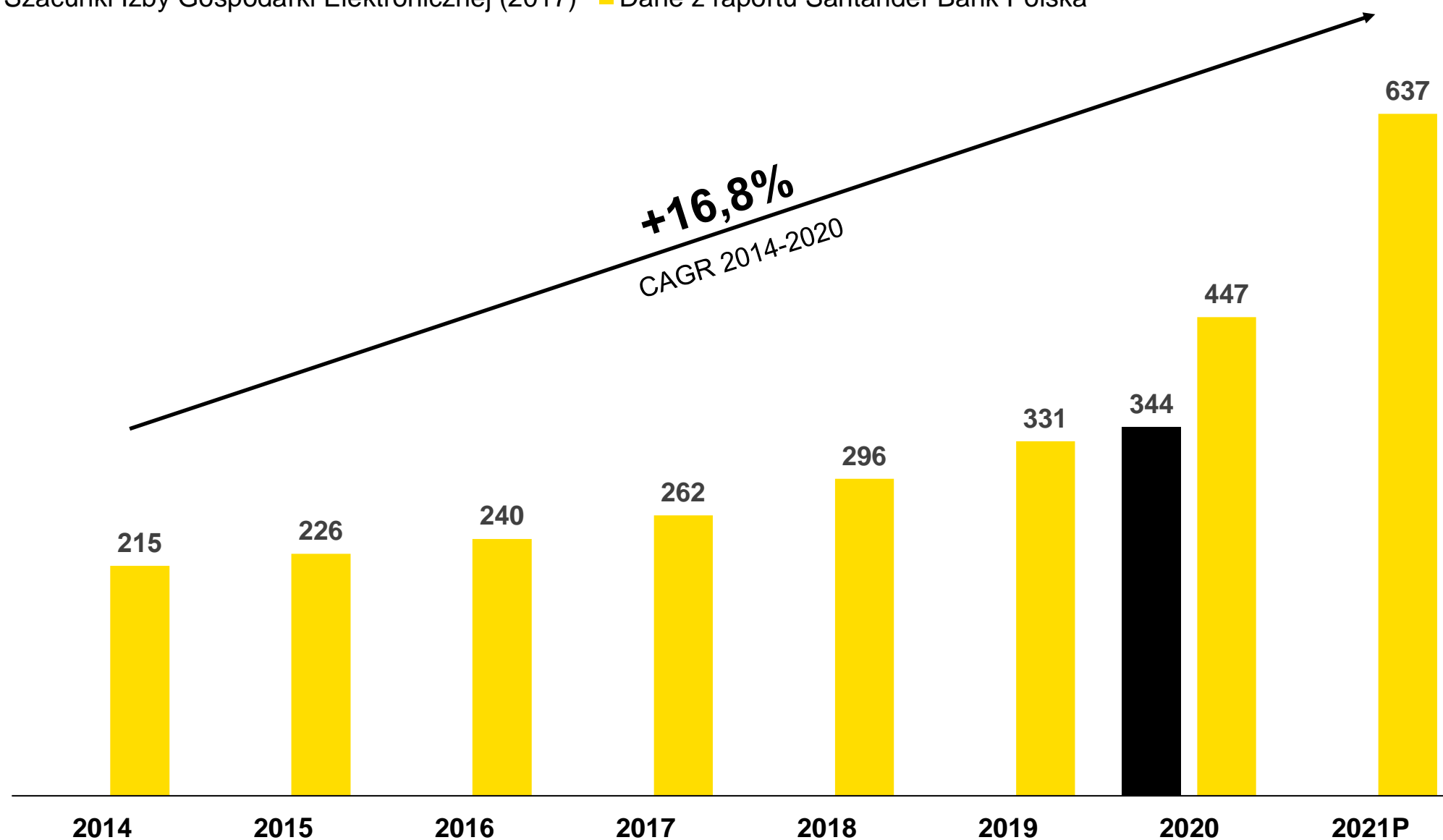
W okolicznościach COVID-19 kanał cyfrowy oferował wyższe poczucie komfortu zakupów, co umocniło świadomość jego wygody przez nowe grupy konsumentów

Sprzedaż dóbr online B2B dodatkowo wspiera wzrostu sektora e-commerce

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

mld PLN

■ Szacunki Izby Gospodarki Elektronicznej (2017) ■ Dane z raportu Santander Bank Polska*



22 bln USD

Wartość rynku e-commerce B2B na świecie (2019)

40%

(do ok. 637 mld PLN)

Szacowana dynamika wzrostu e-commerce B2B w Polsce w 2021 r/r

69%

(+4 p.p. vs 2018)

Udział firm ogółem kupujących online w 2020

63%

(+20 p.p. vs 2018)

Udział firm z sektora przemysłowego kupujących online w 2020

Przeniesienie przyzwyczajeń z zakupów konsumenckich online do firm, a także sytuacja rynkowa związana z COVID-19 wspierają dalszy dynamiczny rozwój branży e-commerce i szybką digitalizację zakupów biznesowych

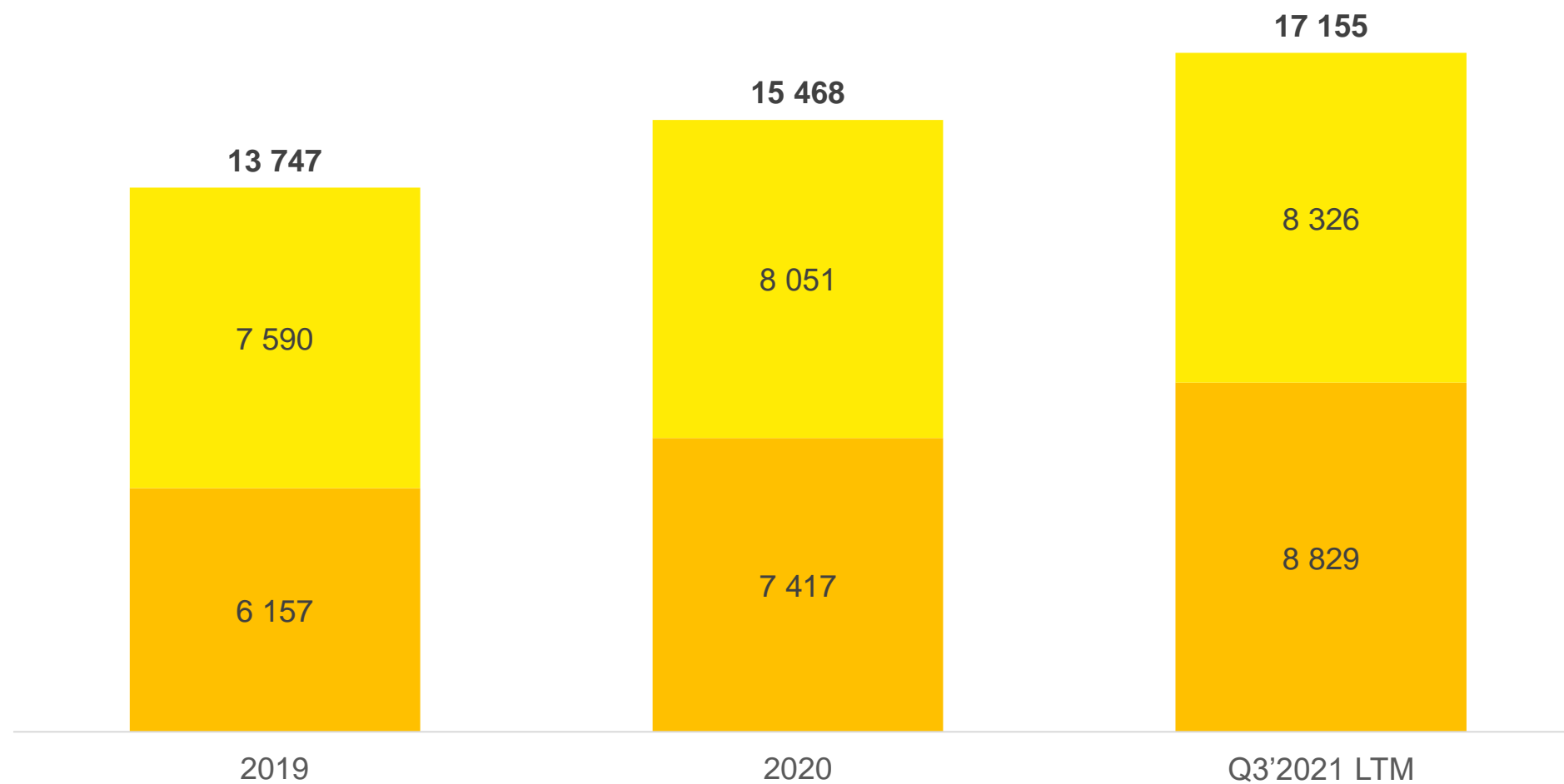
* źródło: Raport Santander Bank Polska: „E-commerce B2B – biznes w sieci”, 2021.

** prognoza

Załącznik – wybrane dane IFRS 16

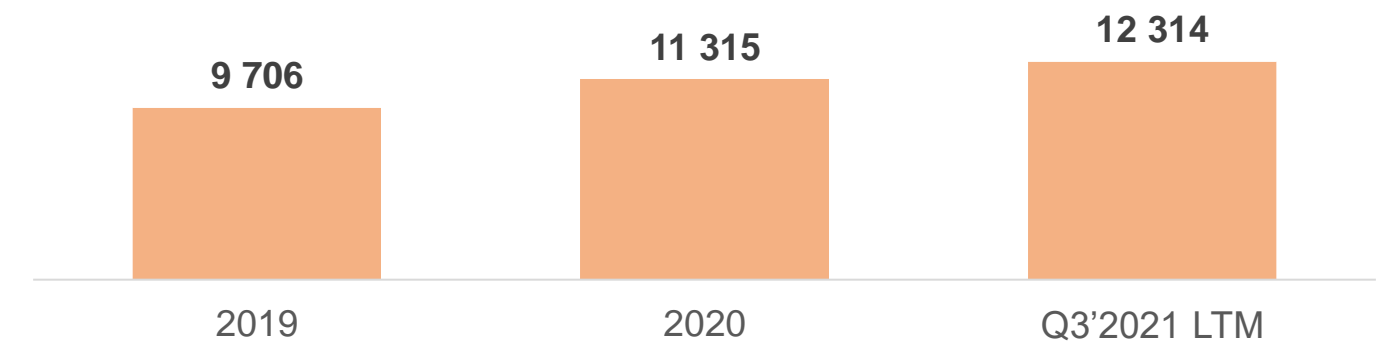
Amortyzacja

Amortyzacja z tytułu IFRS 16 Pozostała amortyzacja tys. PLN



Czynsz z tytułu IFRS 16¹

tys. PLN



Odsetki z tytułu IFRS 16

tys. PLN

