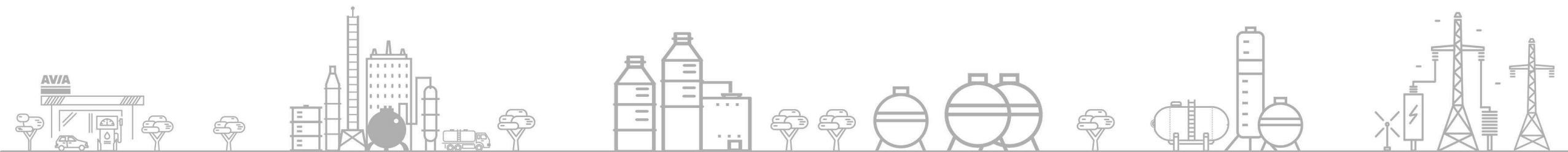




Strategia Grupy UNIMOT na lata 2018-2023

Czerwiec 2018



AGENDA



1. Gdzie działamy i dokąd zmierzamy?

2. Jakie mamy cele?

3. Jak to zrobimy?



**Cel nadrzędny: Budowa wartości Grupy dla akcjonariuszy
poprzez wzrost efektywności biznesu i długoterminową dywersyfikację działalności.**

**Zaspokajając potrzeby naszych klientów, chcemy być
najszybciej rozwijającą się niezależną grupą paliwowo-energetyczną w regionie.
Wiarygodność, innowacyjne podejście oraz profesjonalny zespół
to determinanty naszego sukcesu.**



Olej napędowy
głównym
biznesem
grupy

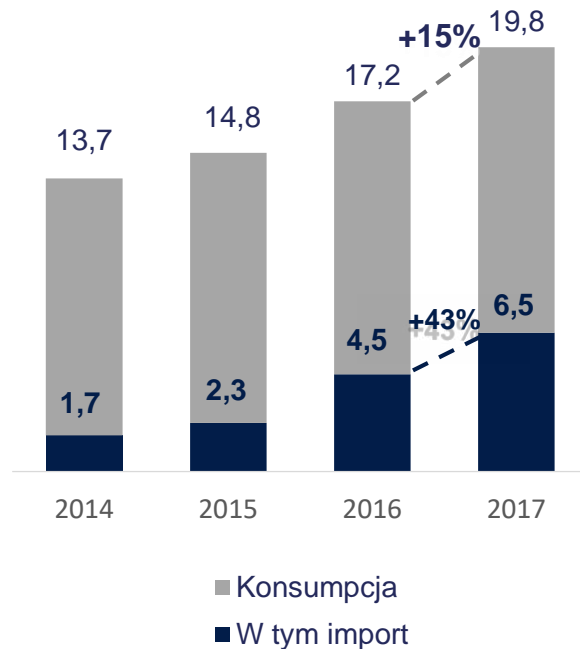




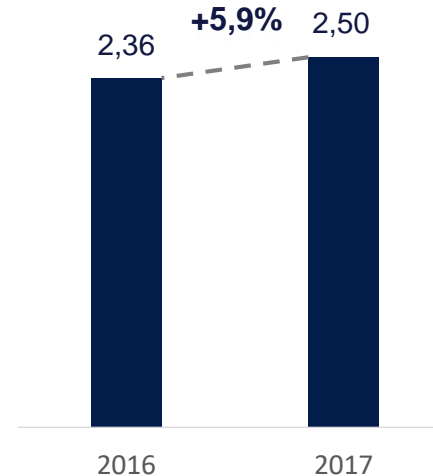
OSTATNIE LATA – WZROST RYNKÓW, NA KTÓRYCH DZIAŁAMY

Rosnący popyt na olej napędowy oraz LPG w Polsce i jeszcze szybciej rosnący import

Konsumpcja oleju napędowego w Polsce [w mln m³]



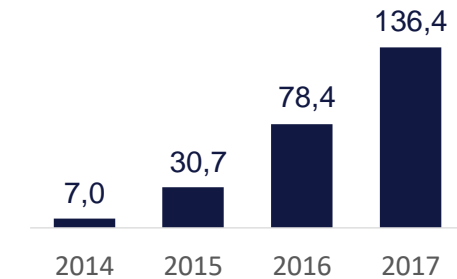
Konsumpcja LPG w Polsce [w mln ton]



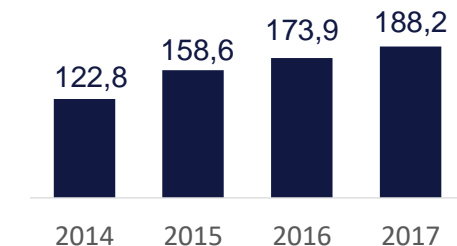
Udział importu w krajowej konsumpcji w 2017 r.: **82,8%**

Dalsza liberalizacja rynku gazu ziemnego i energii elektrycznej

Liczba zmian sprzedawcy gazu ziemnego przez odbiorców od początku pomiarów* [tys.]



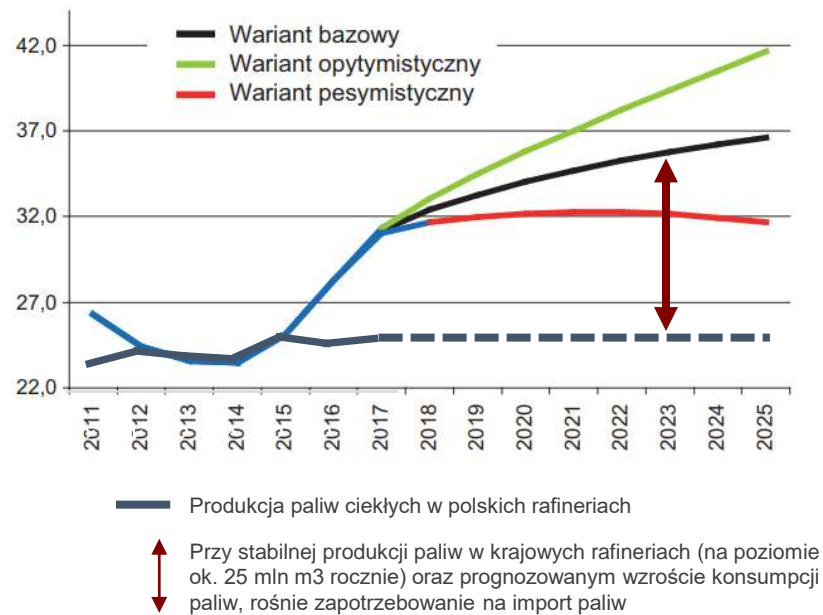
Liczba zmian sprzedawcy energii w grupach taryfowych A, B, C od początku pomiarów* [tys.]



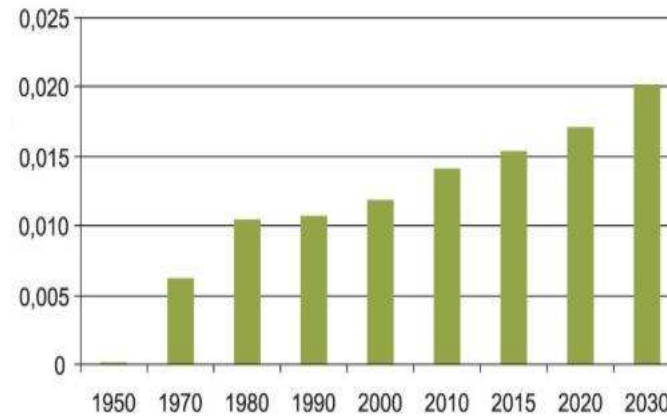


KOLEJNE LATA – DALSZY WZROST RYNKU PALIW, GAZU I ENERGII ELEKTRYCZNEJ

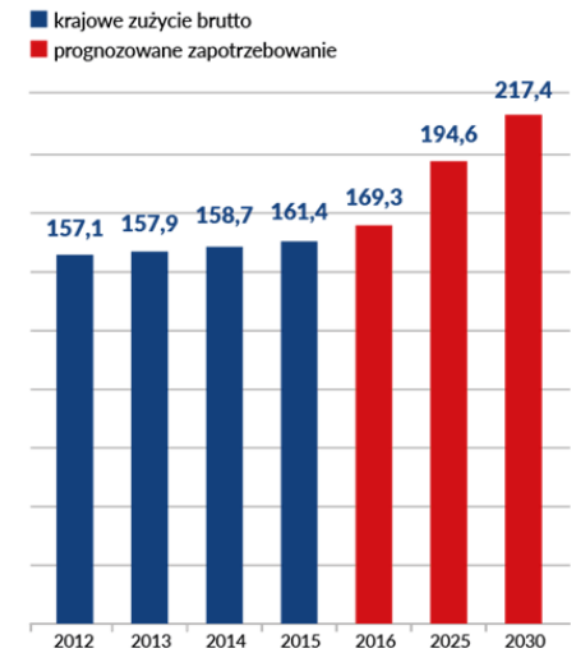
Scenariusze zapotrzebowania na paliwa ciekłe w Polsce*
[w mln m³]



Zużycie gazu ziemnego w Polsce**
[bln m³]



Zapotrzebowanie na energię elektryczną w Polsce***
[TWh]



* Źródło: POPIHN

** Źródło: www.investpl.ue na podstawie danych URE

*** Źródło: infolupki.pgi.gov.pl na podstawie danych Min. Gospodarki, CIRE, ARE, Eurostat

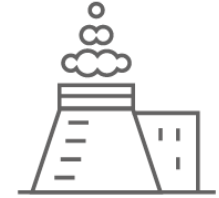
KOLEJNE LATA – TRENDY RYNKOWE



Rozwój oleju napędowego w kierunku istotnie **niższych emisji CO₂** i tlenków azotu



Zwiększone zainteresowanie ofertą **sklepów przystacyjnych** ze względu na ograniczenia handlowe w niedziele



Trend proekologiczny i regulacje ekologiczne mające na celu **walkę ze smogiem** sprzyjające rozwojowi niskoemisyjnych nośników energii



Wzrost zainteresowania **zasilaniem paliwem gazowym** obiektów przemysłowych i komunalnych (potrzeba modernizacji obiektów, rosnące ceny oleju opałowego i LPG)



Rozwój elektromobilności w krajach Europy Zachodniej stwarzający potencjał dla wzrostu importu samochodów na olej napędowy do Polski

Wprowadzenie opłaty emisyjnej

Wprowadzenie **opłaty emisyjnej w wysokości 8 gr netto** doliczanej do każdego litra benzyny i oleju napędowego zasilającej nowo tworzony Fundusz Niskoemisyjnego Transportu.

Wyzwanie dla importu oleju napędowego, pozytywny wpływ na biznes LPG (wzrost zainteresowania tym paliwem) oraz pozostałych paliw alternatywnych.



Brak pełnej implementacji przepisów unijnych; nieprecyzyjność obecnych

Konieczność realizacji NCW w coraz większym stopniu poprzez blending

Konieczność realizacji w danym roku minimalnego udziału biokomponentów i innych paliw odnawialnych w ogólnej ilości paliw ciekłych i biopaliw ciekłych sprzedawanych, zbywanych lub zużywanych w innej formie na potrzeby własne, zgodnie z

Narodowym Celem Wskaźnikowym, który będzie wyższy w kolejnych latach.

Możliwość obniżenia obowiązku wykonania Narodowego Celu Wskaźnikowego przy zastosowaniu **współczynnika redukcyjnego, który w 2019 r. będzie niższy niż w 2018 r.**

W kolejnym roku spodziewany jest już jego zupełny brak.

Wprowadzenie NCR

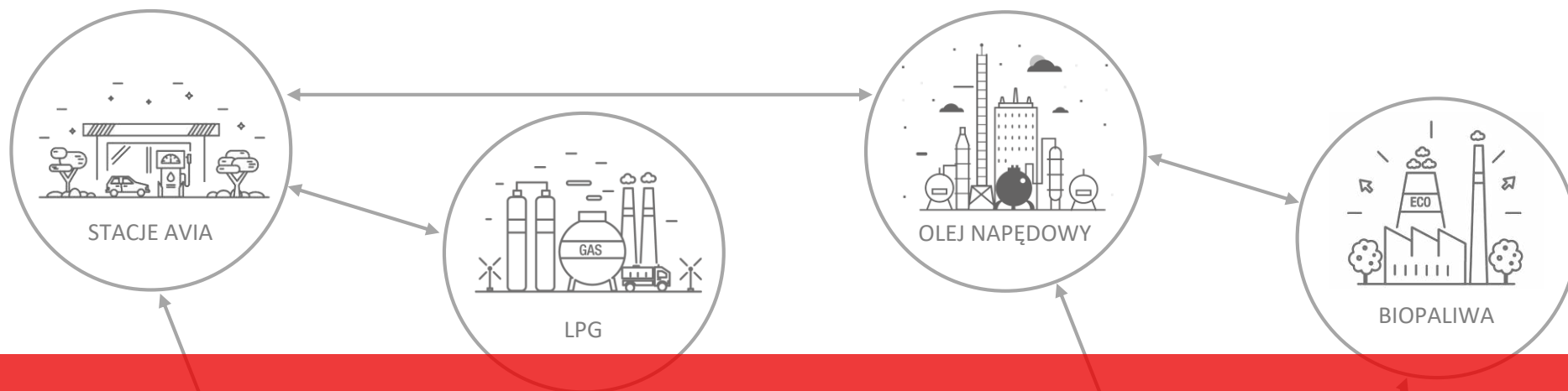
Wprowadzenie od 2020 r. **Narodowego Celu Redukcyjnego dla podmiotów wytwarzających lub importujących paliwa,** które rozporządzają nimi na terytorium Polski – konieczność ograniczenia emisji gazów cieplarnianych w cyklu życia paliw w przeliczeniu na jednostkę energii.

Konieczność zmiany struktury sprzedawanych paliw w kierunku paliw o niższej emisyjności.

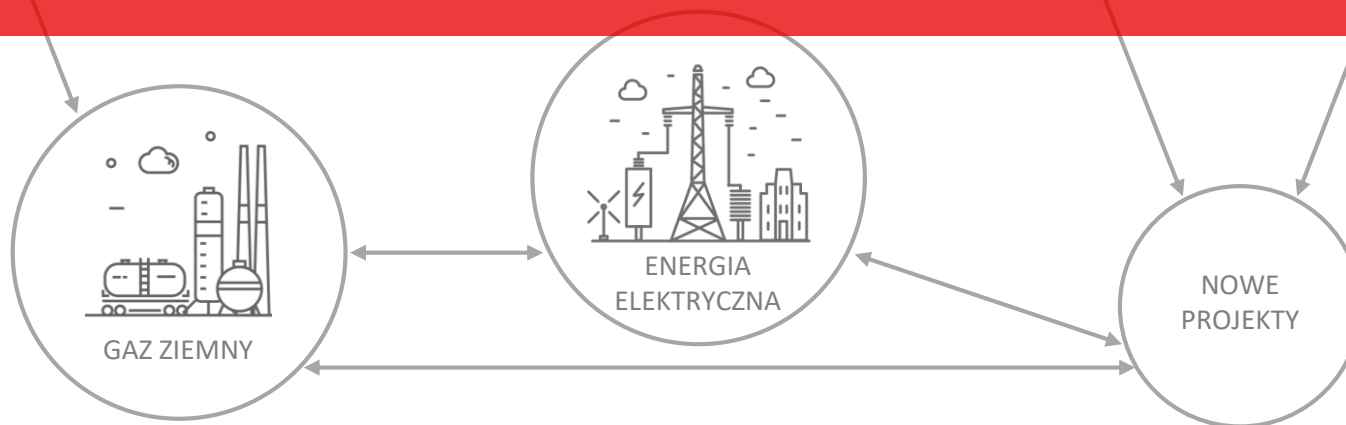


**Wierzimy w rynki, na których działamy i rozumiemy kierunek zmiany trendów.
Chcemy aktywnie uczestniczyć w tych zmianach.**

**Podchodząc elastycznie do prowadzonej działalności, będziemy koncentrować się na
najbardziej atrakcyjnych biznesach z obszaru paliwowo-energetycznego.**



Wiarygodna, niezależna i zdywersyfikowana grupa paliwowo-energetyczna



Wszystkie produkty i usługi pod wspólną marką 

AGENDA



1. Gdzie działamy i dokąd zmierzamy?

2. Jakie mamy cele?

3. Jak to zrobimy?



**Budowa wartości Grupy dla akcjonariuszy
poprzez wzrost efektywności biznesu i długoterminową dywersyfikację działalności.**

**Bezpieczeństwo finansowe działalności
jako jedna z najważniejszych wartości.**

1

Wzrost EBITDA



75 mln zł

2

Wzrost efektywności



ROCE*: **15%**

3

Dywersyfikacja działalności



70% EBITDA generowana poza biznesem ON

4

Rozwój sieci AVIA w Polsce



200 stacji paliw

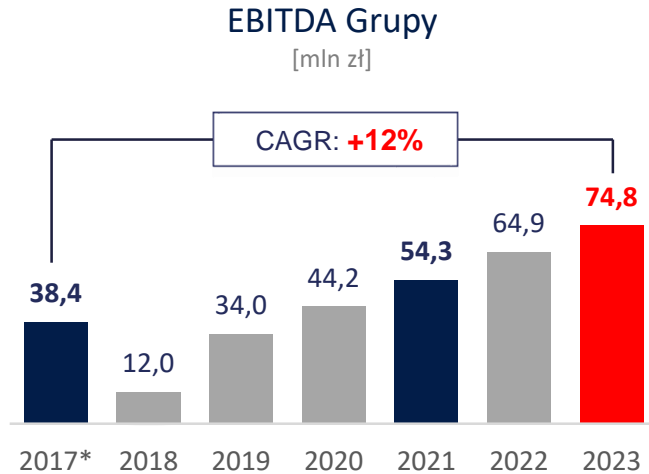
5

Coroczna wypłata dywidendy



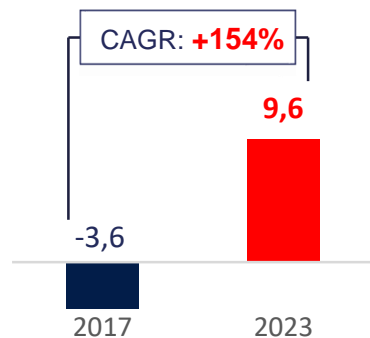
min. 30% zysku netto UNIMOT S.A.

w 2023 r.



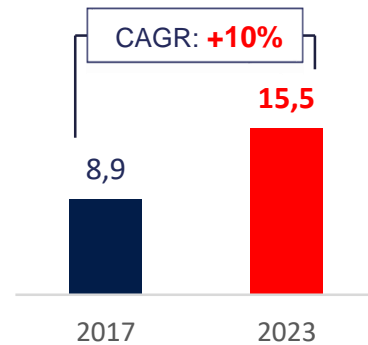
- W 2018 w porównaniu do 2017, zakładana jest niższa EBITDA m.in. ze względu na niższe marże jednostkowe na oleju napędowym oraz LPG (wymagające otoczenie zewnętrzne m.in. wyższe koszty NCW i magazynowania zapasów obowiązkowych, wyższe koszty logistyki ze względu na przestoje na kolei i terminalach przeładunkowych), a także negatywny wpływ wyceny zapasu obowiązkowego oleju napędowego. Dodatkowo: brak jeszcze pozytywnego wpływu biznesu gazu ziemnego oraz sieci AVIA.
- Znaczący wpływ na EBITDA w kolejnych latach będzie miał rozwój sieci AVIA (większa liczba stacji, wyższy wolumen sprzedaży oraz przychody z kart flotowych i sklepów) oraz biznes energii elektrycznej.

EBITDA – Stacje Paliw**
[mln zł]



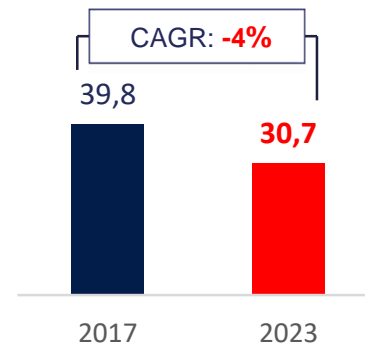
** Zawiera także biznes Tankuj24.pl

EBITDA – LPG
[mln zł]

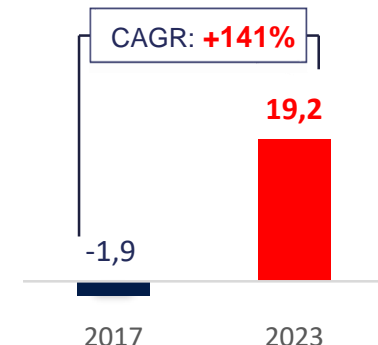


*** olej napędowy, biopaliwa, benzyny

EBITDA – Paliwa płynne***
[mln zł]

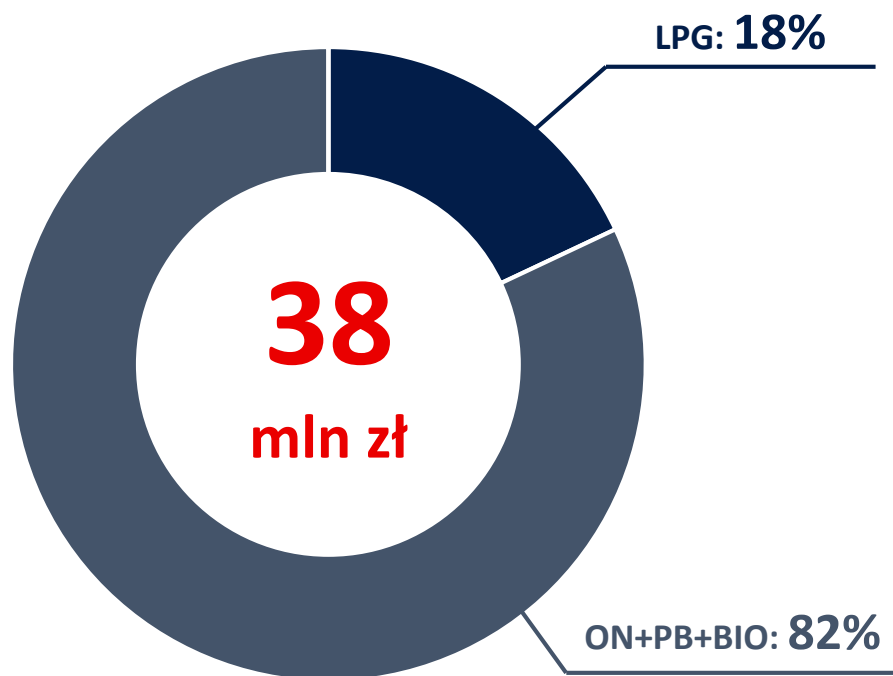


EBITDA – Energia elektryczna i gaz
[mln zł]

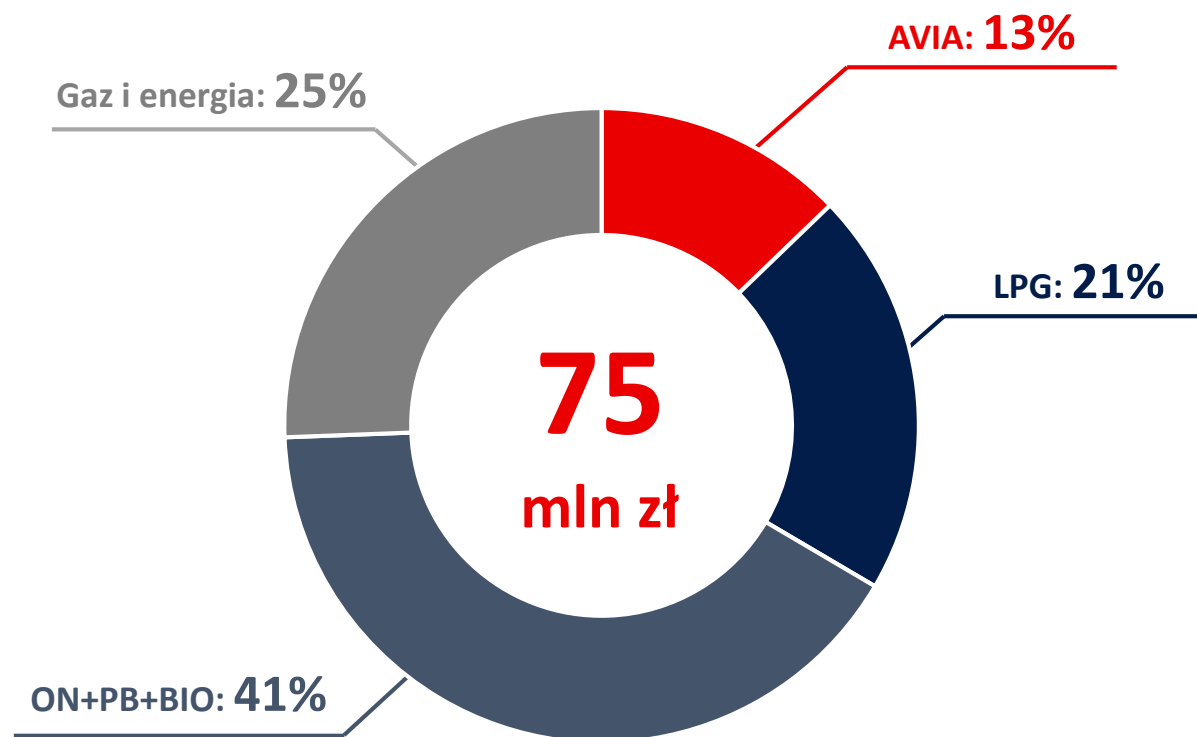


* Zawiera wpływ wyceny zapasów

2017



2023





Etap I

2018



czas
reorganizacji
i optymalizacji



Etap II

2019-2023



czas **efektów** działań
prowadzonych
w poprzednich latach

Rozpoczęcie procesu optymalizacji kosztów operacyjnych zmierzający do osiągnięcia bardziej konkurencyjnej pozycji na rynku.

Koszty operacyjne – działania optymalizacyjne w 2018 r.
(pełny efekt w 2019 r.)

-9,5%
=
-10 mln zł

Redukcja kosztów nie uwzględnia ewentualnych zasobów dla projektów dodatkowych.
Efekt nie został uwzględniony w pokazywanej EBITDA.



FILARY REALIZACJI STRATEGII – PRZEWAGI UNIMOT

Niezależność,
elastyczność
podażowa oraz
sprawne reagowanie
na zmiany rynkowe

Posiadanie własnego
kanału sprzedaży
detailed pod marką
AVIA

Doświadczenie
w rozwoju nowych
biznesów

Wysoka
płynność
finansowa

Wysoko
wykwalifikowany
zespół
profesjonalistów
z doświadczeniem
w branży





KOMPLEKSOWA OFERTA – BĘDZIEMY WSZĘDZIE



SPOŁECZEŃSTWO



BIZNES



W DOMU



NA DRODZE



W ZAKŁADACH
PRODUKCYJNYCH



NA DRODZE, NA
MORZU, W POWIETRZU

LPG
GAZ ZIEMNY
ENERGIA ELEKTRYCZNA

OLEJ NAPĘDOWY
BENZYNA
LPG
ENERGIA ELEKTRYCZNA

LPG
LNG
GAZ ZIEMNY
ENERGIA ELEKTRYCZNA

OLEJ NAPĘDOWY
BENZYNA
CNG/LNG/LPG
JET

AGENDA



1. Gdzie działamy i dokąd zmierzamy?

2. Jakie mamy cele?

3. Jak to zrobimy?

AVIA: INICJATYWY STRATEGICZNE

Cel: Budowa nowego źródła zysków w postaci produktów pozapaliwowych oraz zapewnienie kanału sprzedaży dla ok. 30% sprzedawanych paliw w 2023 r.



Wzrost liczby stacji w sieci AVIA

200

stacji w 2023 r.

(koncentracja na bardziej prestiżowych lokalizacjach)



Zwiększenie atrakcyjności oferty franczyzowej

Wprowadzenie i rozwój karty flotowej

Rozwój sprzedaży pozapaliwowej

Zwiększenie liczby stacji własnych



AVIA: WPROWADZENIE I ROZWÓJ KARTY FLOTOWEJ

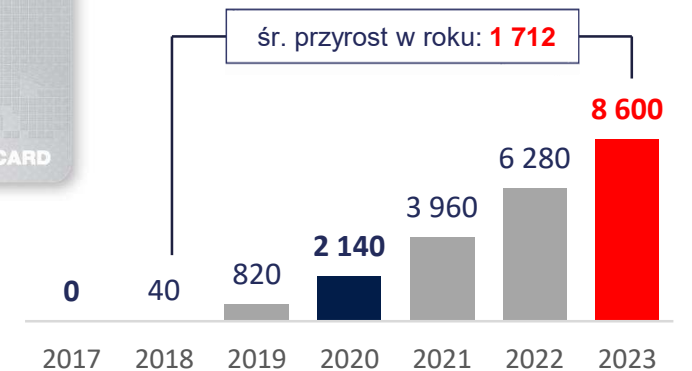


Wdrożenie i sprzedaż karty co-brandowej z operatorem flotowym

Kooperacja przy sprzedaży kart flotowych z siłami sprzedażowymi pozostałych obszarów w grupie



Liczba klientów [szt.]





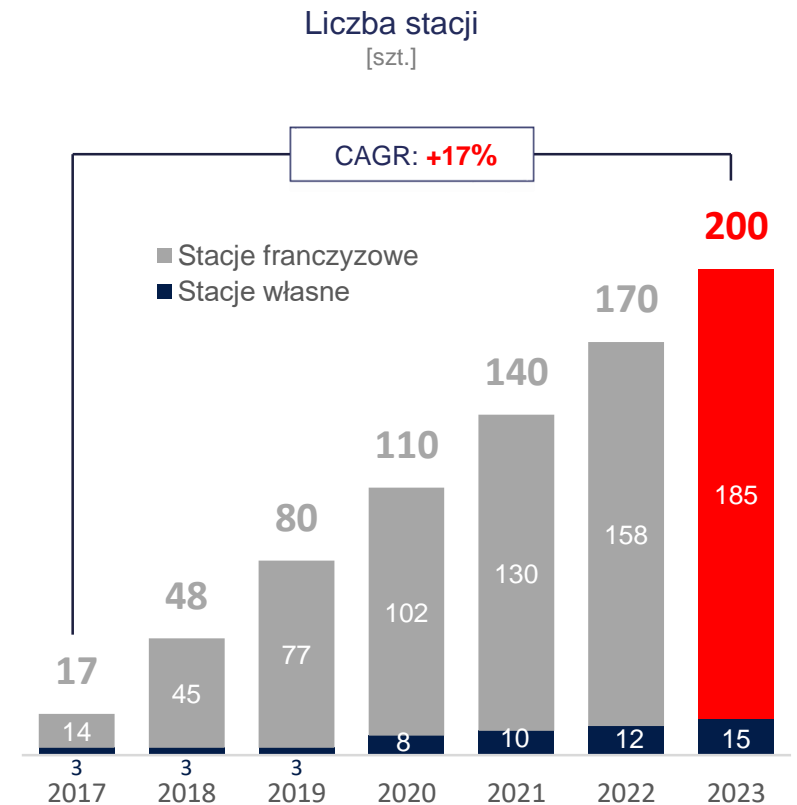
AVIA: ZWIĘKSZENIE ATRAKCYJNOŚCI OFERTY FRANCYZOWEJ



Elastyczność warunków współpracy w zależności od potencjału klienta

Możliwość dofinansowania wybranych stacji (franczyzobiorcom) w celu stworzenia kilku stacji flagowych (pokazowych) w atrakcyjnych lokalizacjach

Rozbudowanie oferty francyzowej o produkty i usługi firm zewnętrznych (np. dystrybutory, instalacje paliwowe, termomodernizacje budynków)



AVIA: ROZWÓJ SPRZEDAŻY POZAPALIWOWEJ

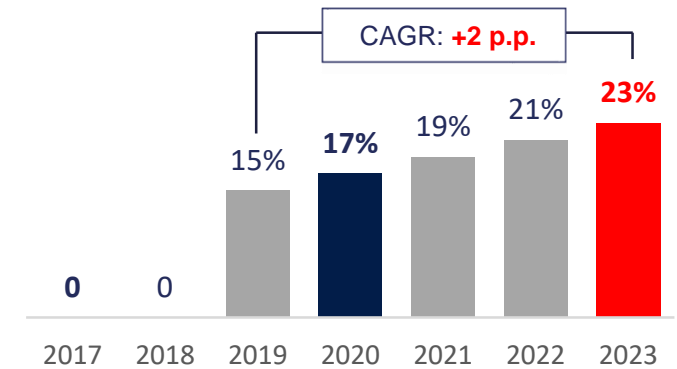
Rozwój marki Esenso Cafe – rozszerzenie oferty produktowej

Stworzenie grupy zakupowej AVIA – współpraca z dystrybutorami artykułów pozapaliwowych

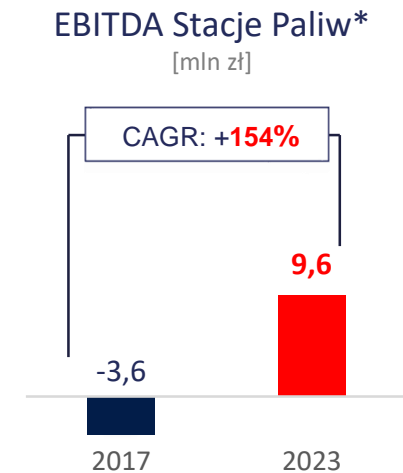
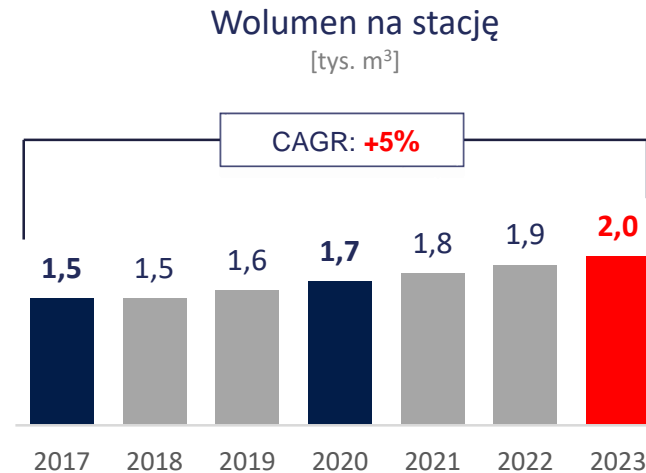
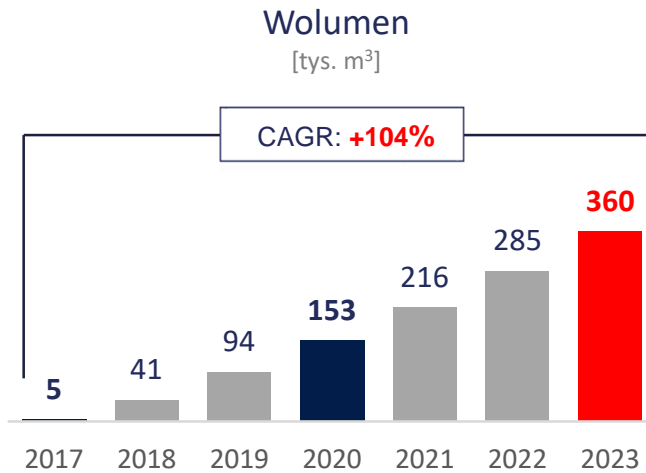
Współpraca z sieciami sklepów typu convenience i supermarketów (małe formaty) w celu wprowadzenia ich oferty na teren sklepów

Rozwój marek własnych (napoje, przekąski, artykuły przemysłowe)

Udział sprzedaży pozapaliwowej w EBITDA



AVIA: MIERNIKI OPERACYJNO-FINANSOWE



Wzrost wolumenów głównie poprzez wzrost liczby stacji. EBITDA generowana w większości ze sprzedaży paliw, ale także z produktów pozapaliwowych.



* Zawiera także biznes Tankuj24.pl

LPG: INICJATYWY STRATEGICZNE

Cel: Podwojenie wolumenów głównie poprzez dalszy rozwój hurtu oraz intensyfikację sprzedaży w zakresie autogazu

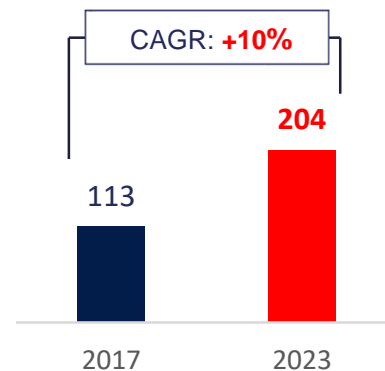
Ciągła optymalizacja logistyki poprzez intensyfikację dostaw kolejowych i większą elastyczność dostaw

Dalszy rozwój hurtu w Polsce oraz za granicą z naciskiem na dywersyfikację źródeł dostaw

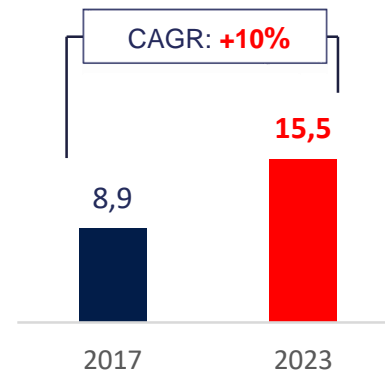
Rozwój sprzedaży propanu, w tym budowa własnej sieci dystrybucyjnej (zbiorniki przemysłowe) oraz poszerzenie oferty

Rozwój autogazu z wykorzystaniem sieci AVIA i przetargów do klientów sieciowych

Wolumeny sprzedaży
[tys. ton]



EBITDA
[mln zł]



Wzrost wolumenów i EBITDA głównie dzięki rozwojowi handlu hurtowego, autogazu oraz intensyfikacji sprzedaży zagranicznej.

BIO: INICJATYWY STRATEGICZNE

Cel: Zmiana portfolio produktowego – systematyczne wprowadzanie do sprzedaży biopaliw drugiej generacji

Płynne i stabilne przesunięcie działalności z biopaliw pierwszej generacji na biopaliwa zaawansowane

Utrzymanie obecnych udziałów w polskim rynku biopaliw

Utrzymanie sprzedaży biopaliw pierwszej generacji przez możliwie najdłuższy czas



Zgodnie z Dyrektywą REDII udział biopaliw konwencjonalnych (pierwszej generacji) w transporcie, które dzisiaj dominują w strukturze rynku, ma zostać znacznie ograniczony. Zgodnie z przewidywaniami Ministerstwa Energii, do końca 2020 r. biopaliwo B100, które jest głównym biopaliwem dla Grupy ma zostać zlikwidowane.

OLEJ NAPĘDOWY: INICJATYWY STRATEGICZNE

Cel: Rozwój sprzedaży i optymalizacja kosztowa z jednoczesnym zmniejszeniem zaangażowania kapitałowego

Dywersyfikacja i optymalizacja zakupów m.in. poprzez skrócenie łańcucha dostaw oraz większe dostawy produktu krajowego

Bezpieczne i optymalne kosztowo wykonanie NCW

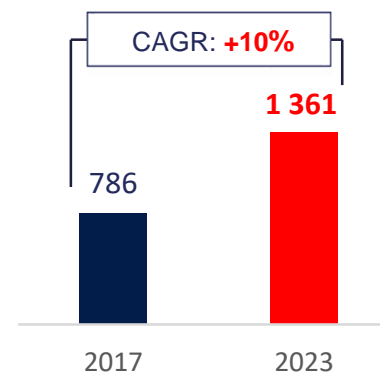
Ograniczenie zaangażowanego kapitału – szybsza rotacja zapasów i należności oraz optymalizacja zapasu obowiązkowego

Wprowadzenie do oferty oleju grzewczego na wybranych bazach

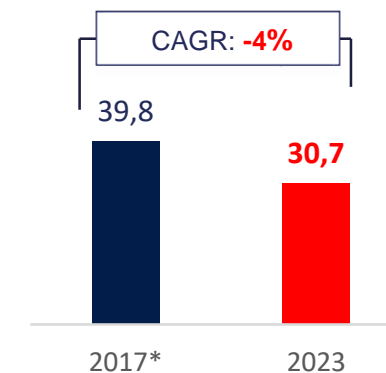
Optymalizacja kosztów logistycznych – zwiększenie wolumenów przewożonych przez skład o 3% rocznie

Rozwój sprzedaży półhurtowej

Paliwa płynne**
Wolumeny sprzedaży
[tys. m³]



Paliwa płynne**
EBITDA
[mln zł]



ON: Wzrost wolumenów i EBITDA głównie jako efekt istotnego rozwoju sieci detalicznej AVIA.

BIO: Ze względu na zmiany rynkowe – założenie utrzymania marż i wolumenów na kolejne lata (handel paliwami drugiej generacji w równie zyskowy sposób).

* Zawiera wpływ wyceny zapasów

** olej napędowy, biopaliwa, benzyny



ENERGIA ELEKTRYCZNA I GAZ: INICJATYWY STRATEGICZNE

Cel: Zmiana struktury biznesu – optymalizacja aktywów gazowych i rozwój atrakcyjnych obszarów w odpowiedzi na obecne i przyszłe trendy rynkowe

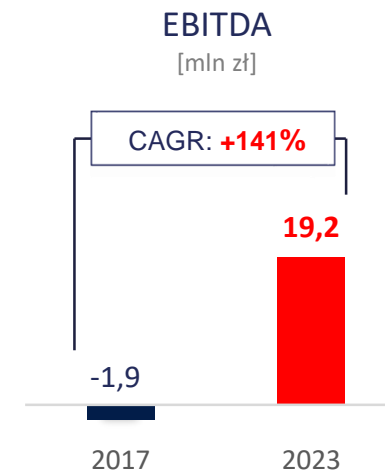
Wzrost efektywności spółki UNIMOT System (biznes gazowy) m.in. poprzez zarządzanie marżą, obniżenie kosztu zakupu oraz optymalizację aktywów

Budowa modułów LNG na stacjach własnych oraz u operatorów logistycznych – wykorzystanie rozwoju rynku paliw alternatywnych

Dalszy rozwój sprzedaży bezpośredniej – zwiększenie efektywności zespołu handlowego

Wykorzystanie potencjału handlowego przez inne obszary (cross-selling)

Rozwój tradingu energią (spółka Tradea) m.in. poprzez dalszą budowę portfela wytwórców



Wzrost EBITDA głównie w wyniku działalności tradingowej, wzrostu sprzedaży na bazie już podpisanych kontraktów energii elektrycznej oraz rozwoju sieci tankowania LNG

FINANSE: INICJATYWY STRATEGICZNE

Cel: Osiągnięcie bezpiecznego poziomu wskaźników finansowych, zapewnienie finansowania oraz optymalizacja kapitału pracującego w Grupie

	2017*	2018	2020	2023
Zapewnienie niezbędnego finansowania mimo dynamicznego rozwoju Grupy				
Wskaźnik płynności bieżącej (majątek obrotowy / zobowiązania krótkoterminowe)	1,4	min. 1,2	min. 1,2	min 1,2
Wskaźnik pokrycia odsetek (EBITDA / odsetki)	6,9	3,7	min. 3x	min. 3x
Kowenant (kapitały własne / suma bilansowa)	34%	min. 20%	min. 20%	min 20%
ROCE UNIMOT S.A. (EBITDA / aktywa trwałe - kapitał pracujący)	7,4%	5,9%	9,60%	15,0%
Wskaźnik zadłużenia (zobowiązania ogółem / aktywa)	0,66	0,67	0,60	0,60
Dźwignia finansowa (zysk operacyjny / zysk operacyjny - odsetki)	19%	45%	25%-30%	25%-30%
Optymalna alokacja środków finansowych				
Optymalizacja kapitału obrotowego				

* Liczone na bazie wyników oczyszczonych



FINANSE – BEZPIECZEŃSTWO I OCHRONA KAPITAŁU PRZEDE WSZYSTKIM

Dbając o bezpieczeństwo i ochronę kapitału UNIMOT ubezpiecza swoje należności korzystając z usług cenionych w branży paliwowej podmiotów



W ostatnim okresie, na skutek m.in. Intensyfikacji kontroli VAT-owskich, ubezpieczyciele są **coraz bardziej konserwatywni** w przyznawaniu limitów



Stale monitorujemy ryzyka i **działamy prewencyjnie**



1.

Utrzymujemy najwyższy jakościowo poziom **współpracy z ubezpieczycielem Atradius**, przy wsparciu brokerskim ze strony **Marsh Polska**.

2.

Budujemy kompetencje wewnętrzne do bezpiecznego i efektywnego zarządzania należnościami.

Wg szacunków w roku 2017 Ubezpieczyciele należności odnotowali szkodowość na poziomie 70-80%.

Skutek: redukcje limitów, wypowiedzenie trudnych umów, brak odnowień szkodowych umów, restrykcyjne podejście do dodatkowych zapisów, odstąpienie od ofertowania potencjalnie szkodowych branż, w tym branży paliwowej.

Solvency II wymusza większą kontrolę nad limitami, modyfikację modeli oceny wypłacalności, ich dopasowanie do kategorii ryzyka, uwzględnienie ryzyk aktuarialnych, podwyższonych kosztów operacyjnych, utrzymanie rentowności polis, zwiększony nadzór i wzrost obowiązków informacyjnych.

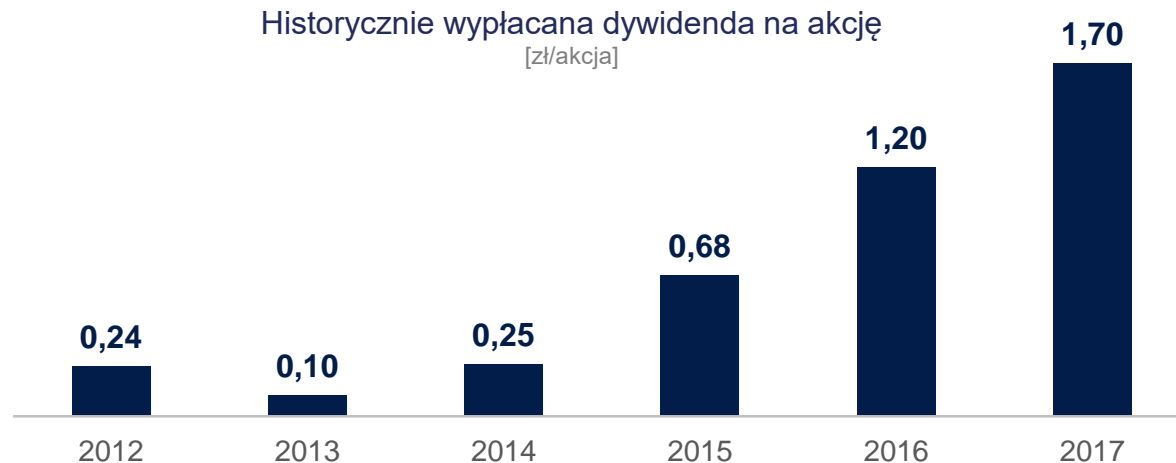


Cel: coroczna wypłata dywidendy w wysokości min. 30% zysku netto UNIMOT S.A.

Utrzymanie polityki dywidendowej

W przypadku osiągnięcia w danym roku obrotowym zysku netto Zarząd będzie rekomendował Walnemu Zgromadzeniu Spółki corocznie wypłatę dywidendy w wysokości **minimum 30%** z wypracowanego w danym roku obrotowym jednostkowego zysku netto.

Rekomendacja Zarządu będzie każdorazowo zależała między innymi od aktualnej i przewidywanej sytuacji operacyjno-finansowej Spółki.





Niniejsza prezentacja została przygotowana przez Unimot S.A. („Spółka”) na potrzeby jej akcjonariuszy, analityków oraz innych kontrahentów. Niniejsza prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży, ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów. Niniejsza prezentacja nie stanowi rekomendacji inwestycyjnej ani oferty świadczenia jakiegokolwiek usługi. Dane przedstawione w prezentacji zostały zaprezentowane z należytą starannością, jednak należy zwrócić uwagę, iż niektóre dane pochodzą ze źródeł zewnętrznych i nie były niezależnie weryfikowane. W odniesieniu do wyczerpującego charakteru lub rzetelności informacji przedstawionych w niniejszej Prezentacji nie mogą być udzielone żadne zapewnienia ani oświadczenia. Spółka nie ponosi żadnej odpowiedzialności za jakiegokolwiek decyzje podjęte w oparciu o informacje i opinie zawarte w niniejszej prezentacji. Unimot S.A. informuje, że w celu uzyskania informacji dotyczących Spółki należy zapoznać się z raportami okresowymi lub bieżącymi, które są publikowane zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa polskiego.

RELACJE INWESTORSKIE UNIMOT S.A.

Joanna Siedlaczek
Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich
tel.: +48 517 169 792
e-mail: gielda@unimot.pl

