



# Wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Benefit Systems za 1-3Q 2019

---

12 listopada 2019 r.

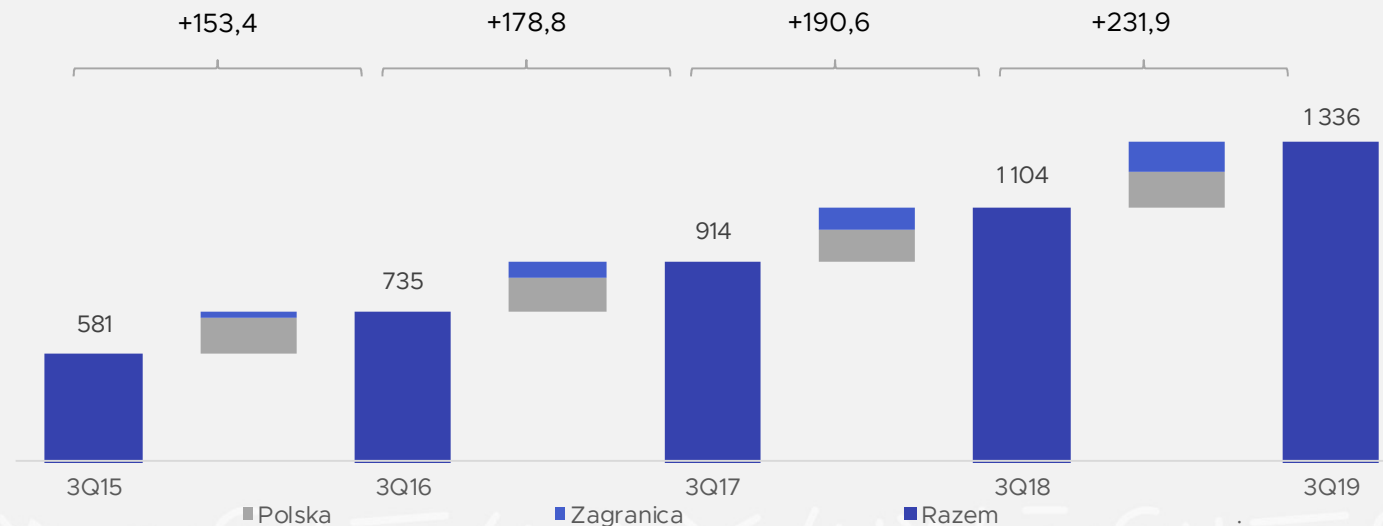


## 3Q19: podsumowanie/kluczowe wydarzenia

- Wzrost liczby kart o 21% rdr w grupie kapitałowej (+232 tysięcy rdr)

Polska: +14% rdr; (+129 tysięcy rdr); efektywna akcja wakacyjna

Zagranica: +55% rdr; (+ 103 tysiące rdr); kontynuacja dynamicznego wzrostu



### 3Q19: podsumowanie/kluczowe wydarzenia

- 6 nowych klubów w Polsce; bez nowych otwarć na rynkach zagranicznych
- Kontynuacja działań optymalizacyjnych w klubach
- Rozszerzenie składu zarządu o Bartosza Józefiaka (CFO)
- Zakończenie reorganizacji struktury grupy kapitałowej (połączenia zarejestrowane przez KRS 4 listopada)
- Skup akcji własnych (dywidendowy) o wartości PLN 57mln zakończony we wrześniu

Wartość skupu akcji własnych (PLN mn)



## 3Q19 EBITDA (bez MSSF 16) +48% rdr

WYBRANE DANE (mln PLN)	3Q18	3Q19	rdr	9M18	9M19	rdr
Przychody ze sprzedaży	298,1	380,2	28%	880,0	1115,7	27%
Zysk brutto ze sprzedaży	84,8	110,3	30%	240,2	294,0	22%
EBITDA	49,4	105,2	113%	133,7	266,8	99%
<b>EBITDA bez MSSF16</b>	<b>49,4</b>	<b>72,9</b>	<b>48%</b>	<b>133,7</b>	<b>170,7</b>	<b>28%</b>
EBIT	38,3	55,9	46%	102,9	125,7	22%
<b>EBIT bez MSSF16</b>	<b>38,3</b>	<b>52,3</b>	<b>36%</b>	<b>102,9</b>	<b>117,0</b>	<b>14%</b>
Zysk pre-tax	35,5	38,2	8%	97,9	109,1	11%
Zysk pre-tax bez MSSF16	35,5	40,4	14%	97,9	116,2	19%
Zysk netto*	27,8	26,8	-3%	73,8	83,0	13%

\* Wynik netto przypadający akcjonariuszom podmiotu dominującego.

- Wzrost przychodów pochodną wzrostu liczby kart (+21% rdr), otwarć klubów (+18 vs. 3Q18) oraz przejęć w 2018.
- Polska: wzrost przychodów w klubach otwartych w 2018; oszczędności kosztowe; niższy koszt akcji wakacyjnej.
- Zagranica: pozytywny EBIT w sezonowo (karty) dobrym 3Q, optymalizacja kosztów w klubach.
- Inne czynniki:
  - Niższy koszt programu motywacyjnego (0,3mln w 3Q19 vs. 3,1mln w 3Q18)
  - Różnice kursowe [MSSF16] (-13,2mln w 3Q19)
  - Konsolidacja Benefit Partners

## Segmenty: 3Q19

EBITDA (mln PLN)	3Q18	3Q19	rdr	3Q19 bez MSSF16	rdr	
Polska	49,0	94,2	92%	65,7	34%	(+) wzrost skali biznesu, poprawa przychodów w klubach niedojrzałych, niższy koszt akcji wakacyjnej.
Zagranica	0,5	8,3	n.m.	2,1	-	(+) dobry wynik Czech, Bułgarii i Słowacji
Kafeterie	2,7	2,8	4%	2,4	-12%	(-) wyższy poziom zatrudnienia; wyższa amortyzacja
Pozostałe	-2,9	-0,2	-	2,7	-	(+) niższa wycena PM
<b>EBITDA Grupy</b>	<b>49,4</b>	<b>105,2</b>	<b>113%</b>	<b>72,9</b>	<b>48%</b>	

A map of Europe with a teal-colored segment of Poland highlighted. The teal segment contains several white circular icons with a vertical bar inside, representing data points or segments. The map is surrounded by various blue hand-drawn symbols like circles, lines, and a plus sign.

**Segment  
Polska**

# Karty sportowe w Polsce: wzrost liczby kart o 14% rdr w 3Q19

Liczba kart (w tys. szt)



3Q19:  
+0,0 tys.

3Q18:  
-2,3 tys.



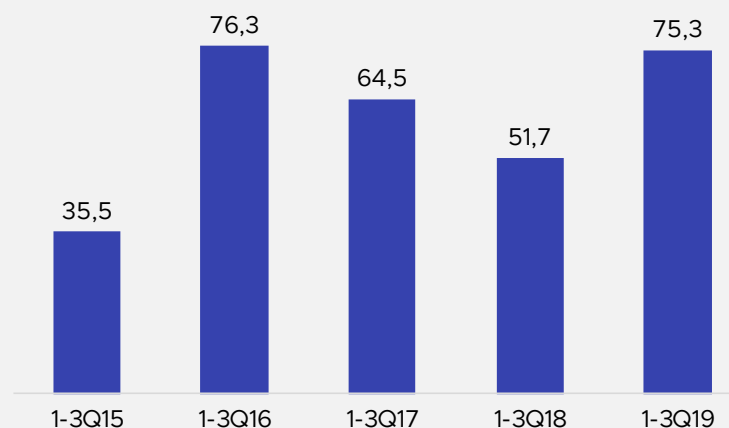
Wzrost rdr	+118,5	+109,3	+129,3
------------	--------	--------	--------

## Karty sportowe: w 3Q19 wzrost o 14% rdr

Wzrost liczby kart wspierany przez:

- Uzupelnienie zespołów sprzedażowych (koniec 2018 r.)
- Zmiana systemu prowizyjnego
- Udana akcja wakacyjna (Letnia Gra MultiSport)
  - Koszt akcji: 3,0mln vs. 5,0mln w 2018
  - 30% więcej uczestników
- Czynniki długoterminowe:
  - sprzyjające otoczenie na rynku pracy
  - stałe poszerzanie bazy obiektów partnerskich, nowe aktywności, dodatkowe usługi
  - rosnące zainteresowanie aktywnością i zdrowym stylem życia.

**Liczba nowych kart w 1-3Q (w tys.)**

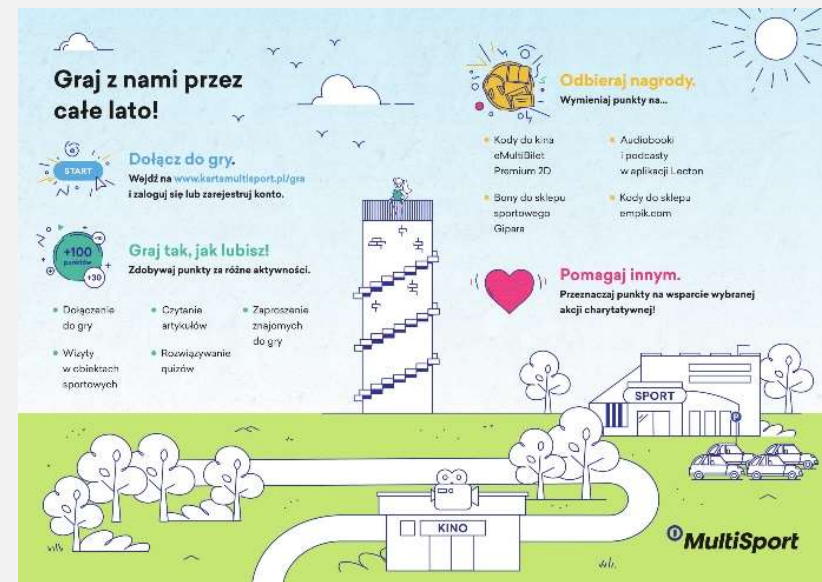
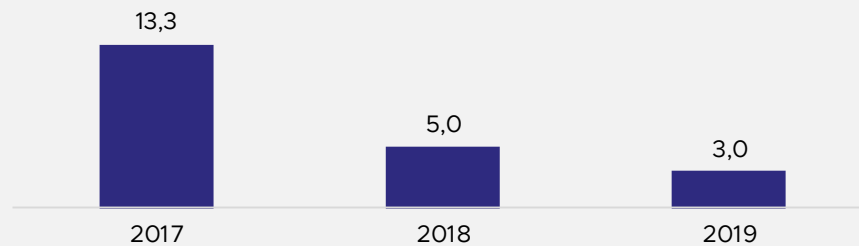




## Letnia Gra MultiSport 2019 – wyższa efektywność; niższy koszt

- Liczba kart w Polsce na podobnym poziomie kdk
- 30% więcej uczestników niż w 2018 r.
- Niższy koszt rdr (3,0mln vs. 5,0mln w 2018 r.)
- Najpopularniejsze aktywności z oferty wakacyjnej:
  - parki linowe, parki trampolin, baseny odkryte, tenis stołowy, tenis ziemny.

Koszt akcji wakacyjnej (PLN mn)



## Projekty dodatkowe wspierające sprzedaż



### **VETURILO:**

800-900 tysięcy wypożyczeń rocznie, 150 tys. zarejestrowanych użytkowników.



### **FIT BOXY:**

Zniżki na zdrowe posiłki z lodówek FitBoxy z kartą MultiSport; atrakcyjne dla Light Userów.



### **ZDROWIE NA ETACIE:**

Zajęcia z trenerami MultiSport u pracodawców (już ponad 100 tys. osób miało dostęp do usługi [nie tylko MultiSportowców]).



### **APLIKACJA MOBILNA:**

Karta w telefonie.

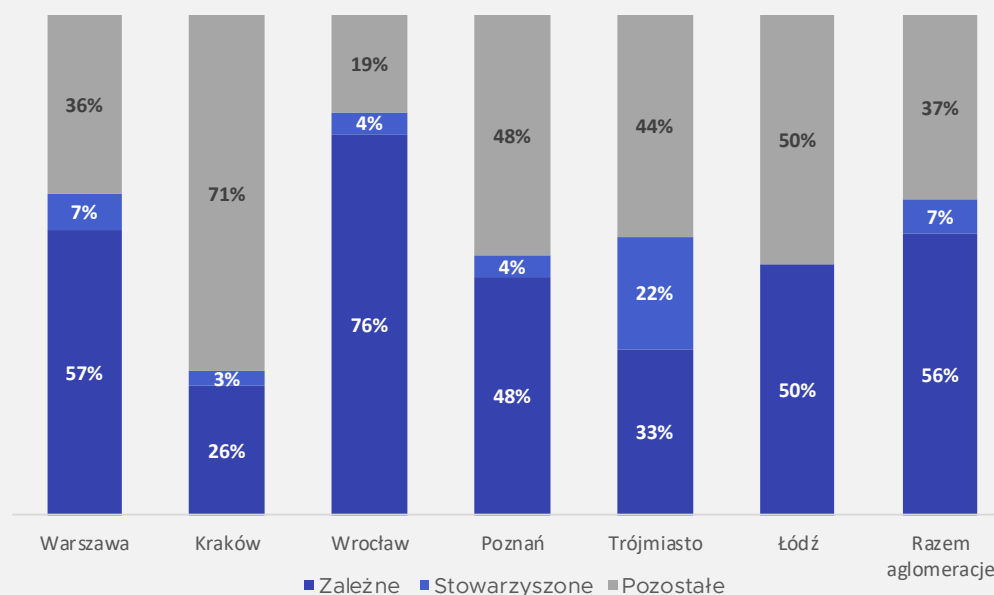


### **PLATFORMA UŻYTKOWNIKA MULTISPORT:**

Diety online, ebooki, inne funkcjonalności, oferty sezonowe.

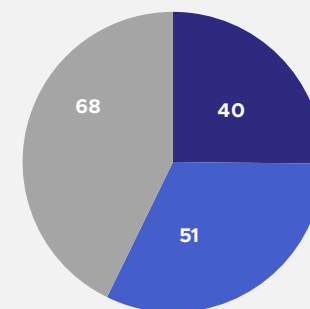
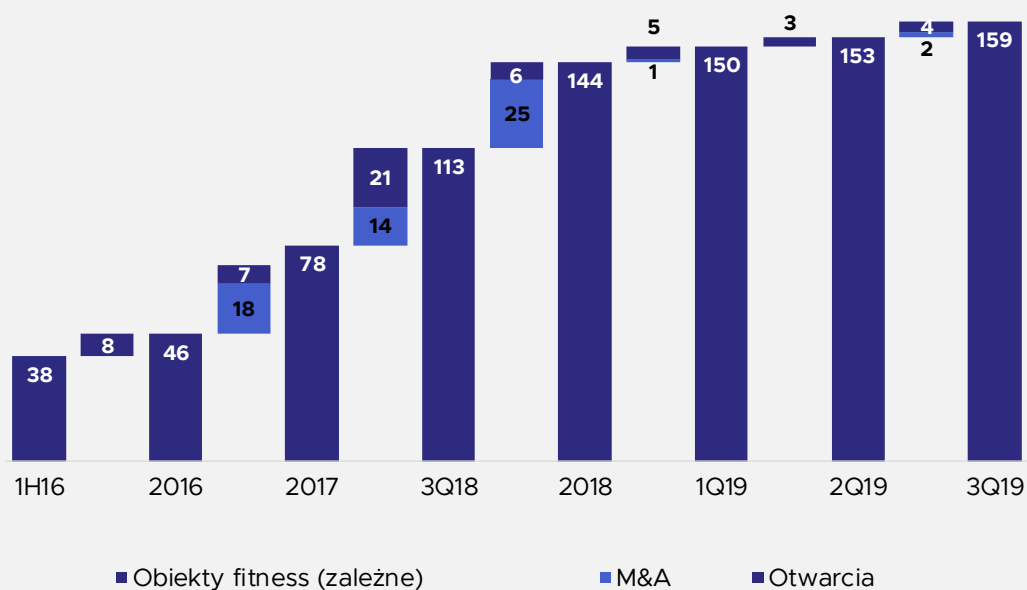
## Strategiczne znaczenie inwestycji w kluby

% wizyt użytkowników MultiSport w klubach inwestycyjnych i partnerskich w 9M19



- Kluby własne zlokalizowane w największych aglomeracjach są źródłem przewagi konkurencyjnej.
- Ponad połowa wizyt (9M19) w klubach fitness w największych miastach jest realizowanych w obiektach zależnych.
- Aktywność fizyczna Polaków to głównie wizyty w klubach fitness, w których realizowanych jest 2/3 wszystkich wizyt MultiSport.

## Rozwój klubów fitness – spółki zależne



- Kluby otwarte w ciągu ostatnich 24 miesięcy
- Kluby przejęte w ciągu ostatnich 24 miesięcy
- Pozostałe

\* Kluby przejęte w ciągu ostatnich 24 miesięcy z uwzględnieniem klubów Tiger Gym, których zarządzanie operacyjne przejęte było w ubiegłym roku, oraz 3 klubów przejętych od Platinum w 2019 r.

## Segment POLSKA – działania optymalizacyjne podjęte od kwietnia

Sprzedaż B2C	Zasoby ludzkie	Finanse i koszty
<p><b>Wdrożenie i zwiększenie sprzedaży online we wszystkich sieciach</b></p> <p><b>Wdrożenie nowych procesów utrzymujących klientów (Churn, CRM) &lt;początek projektu marketing automation&gt;</b></p> <p><b>Wdrożenie nowych procesów dosprzedażowych</b></p> <p><b>Wdrożenie nowych typów abonamentów lepiej dopasowanych do preferencji konsumentów</b></p>	<p><b>Wdrożyliśmy nową strukturę zarządzania</b></p> <p><b>Wdrożyliśmy nowy system motywacyjny oparty o wynik</b></p> <p><b>Wdrożenie centralizacji funkcji dla wszystkich sieci (dział zakupów, administracji, back office i inne) po finalizacji połączenia</b></p>	<p><b>Rozpoczęliśmy proces negocjacji czynszów w klubach</b></p> <p><b>Wprowadziliśmy centralny proces zakupu (m.in. sprzęt, media, bar)</b></p> <p><b>Wprowadziliśmy bardziej efektywny proces inwestycyjny. Większy nacisk na analizę strony przychodowej klubów, również B2C. Bardziej restrykcyjne kryteria wyboru lokalizacji.</b></p> <p><b>Wdrożyliśmy programy naprawcze w klubach o najmniejszym potencjale. Weryfikacja postępów w ciągu 6 mscy.</b></p>

## Segment Polska: przychody +20% rdr w 3Q19

(mln PLN)	3Q18	3Q19	rdr	9M18	9M19	rdr
<b>Polska</b>	<b>235,6</b>	<b>282,6</b>	<b>20%</b>	<b>711,8</b>	<b>862,7</b>	<b>21%</b>
Karty	207,8	238,8	15%	624,8	717,1	15%
Kluby	59,7	90,1	51%	177,1	280,7	59%
Wyłączenia	-31,9	-46,3	n.m.	-90,1	-135,0	n.m.
Liczba kart	917,2	1 046,5	14%			
Liczba klubów	113	159	39%			

### Wzrost przychodów w 3Q19:

- Pochodna wzrostu liczby kart (+14% rdr); nieco wyższe ARPU rdr (korzystny mikś klientów, renegotjacje nisko rentownych kontraktów)
- Zwiększona skala konsolidacji rdr: Calypso (14 klubów), FitFabric (11), Platinum (3).
- Poprawa przychodów w klubach otwartych w 2018 r.
- 18 klubów otwartych w ciągu ostatnich 4 kwartałów

## Polska: EBITDA (bez MSSF 16) w 3Q19 + 34% rdr

(mln PLN)	3Q18	3Q19	rdr	9M18	9M19	rdr
Przychody	235,6	282,6	20%	711,8	862,7	21%
Zysk brutto ze sprzedaży	67,0	83,7	25%	198,3	236,3	19%
Marża na sprzedaży	28,4%	29,6%	+1,2 p.p.	27,9%	27,4%	-0,5 p.p.
SG&A	-24,7	-30,3	23%	-75,4	-96,2	28%
EBITDA	49,0	94,2	92%	145,2	252,8	74%
<b>EBITDA bez MSSF16</b>	<b>49,0</b>	<b>65,7</b>	<b>34%</b>	<b>145,2</b>	<b>172,1</b>	<b>19%</b>
EBIT	40,7	51,5	26%	120,8	132,3	10%
<b>EBIT bez MSSF16</b>	<b>40,7</b>	<b>48,3</b>	<b>19%</b>	<b>120,8</b>	<b>125,3</b>	<b>4%</b>

### Marża brutto w 3Q19:

- Nieco wyższa aktywność użytkowników kart – m.in. wpływ niedziel niehandlowych skompensowana przez wyższe ARPU
- Niższy (o ok. 2mln rdr) koszt akcji wakacyjnej
- Niewielki wpływ na wynik z tytułu zamknięć na remonty (Calypso)
- Poprawa przychodów w klubach niedojrzałych

### Wzrost SG&A w 3Q19:

- Pochodna wzrostu skali biznesu

### Inne czynniki:

- Konsolidacja Benefit Partners (od 01.2019)



**Segment  
Kafeteria**



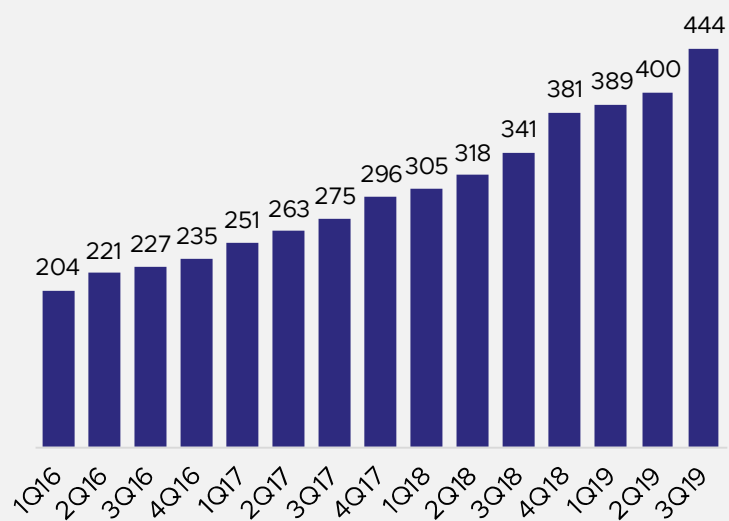
## Kafeterie: wzrost skali działalności nadrzędnym celem segmentu

(mln PLN)	3Q18	3Q19	rdr	9M18	9M19	rdr
Liczba użytkowników (tys.)	341,3	444,3	30%	341,3	444,3	30%
Obroty	74,7	93,3	25%	199,4	248,5	25%
Przychody	11,7	13,9	18%	30,2	32,4	7%
Zysk brutto ze sprzedaży	5,2	5,8	11%	11,8	10,4	-12%
Marża na sprzedaży	44,3%	41,6%	-2,7 p.p.	39,2%	32,2%	-7 p.p.
SG&A	-2,9	-3,9	33%	-8,2	-9,1	10%
<b>EBITDA</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>	<b>4%</b>	<b>4,8</b>	<b>4,2</b>	<b>-12%</b>
<b>EBIT</b>	<b>2,3</b>	<b>1,7</b>	<b>-23%</b>	<b>3,5</b>	<b>1,2</b>	<b>-66%</b>

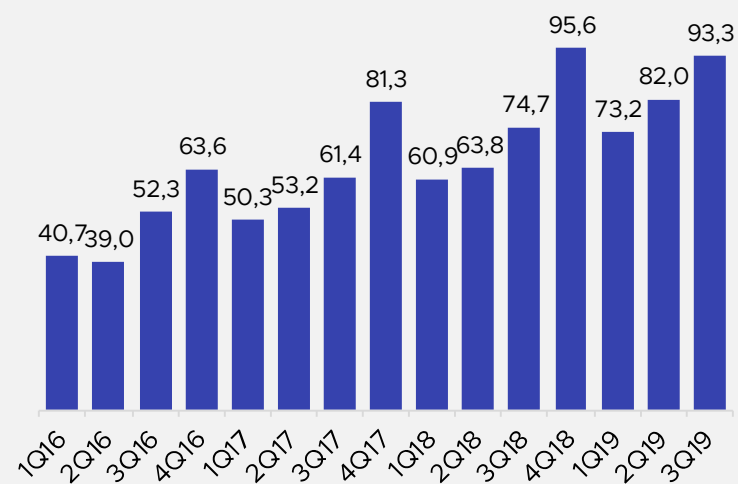
- Koncentracja na wzroście użytkowników i inwestycjach w przyszły rozwój:
  - wzrost zatrudnienia
  - wyższa amortyzacja (nakłady na IT)
- Spadek marży brutto: większy udział niskomargowych kategorii produktowych
- Wzrost kosztów sprzedaży (dział sprzedaży, marketing, obsługa klienta), nieco niższe koszty ogólnoadministracyjne
- Niewielki wpływ MSSF 16

## Kafeterie: kontynuacja wzrostu użytkowników oraz obrotów

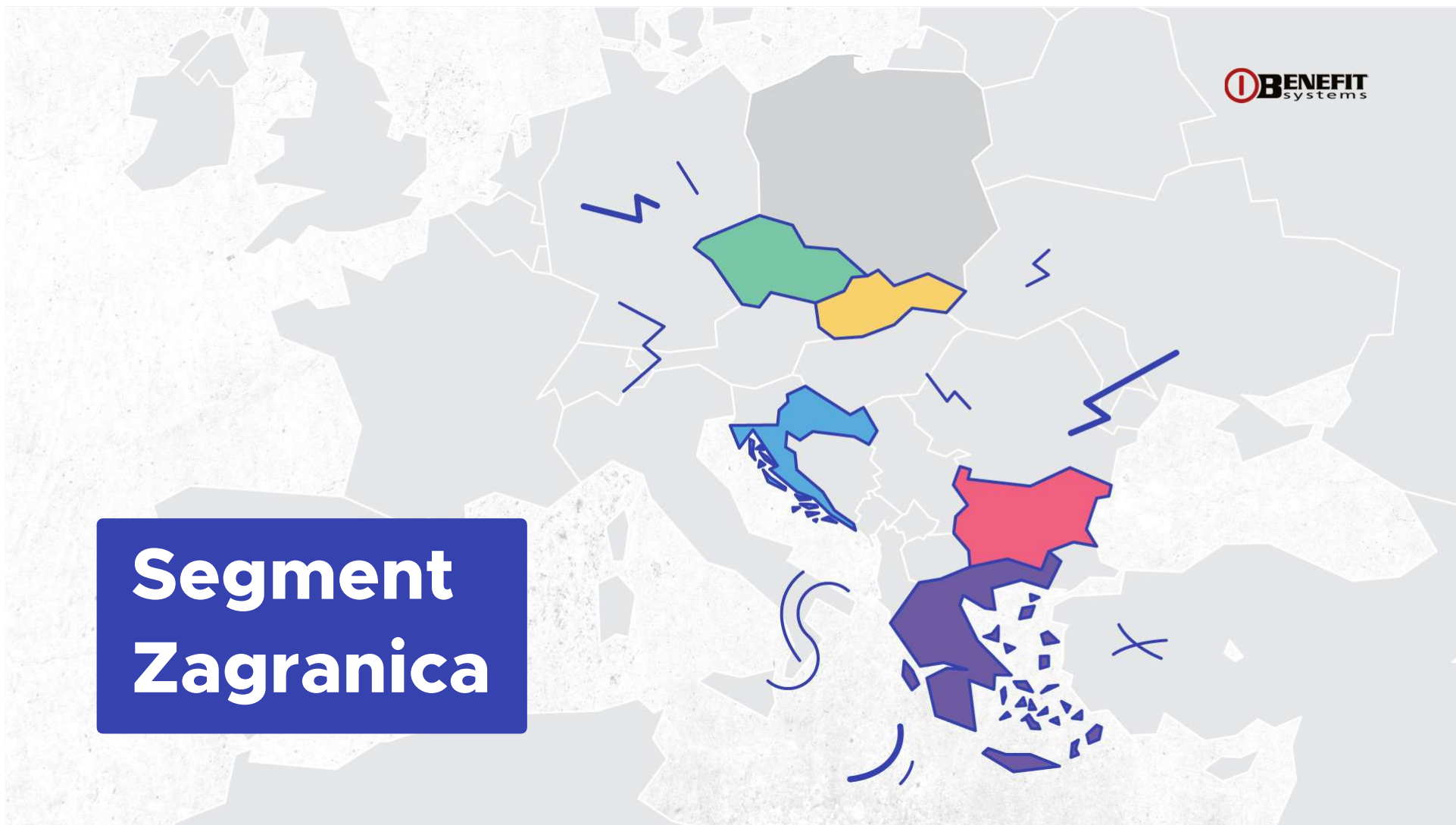
Kafeterie: liczba użytkowników (tys.)



Kafeterie: obroty (PLN mn)



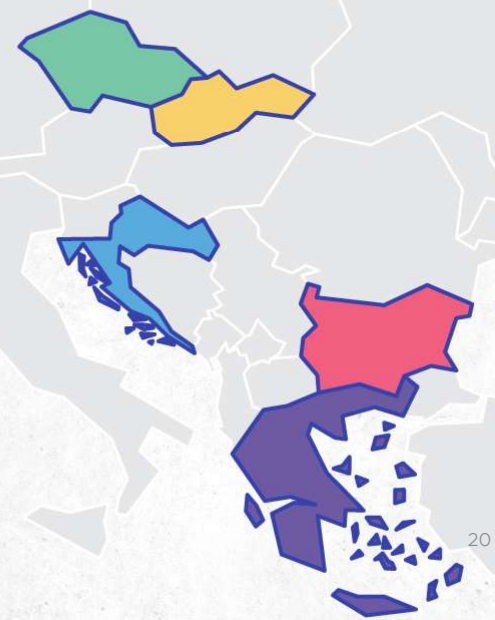
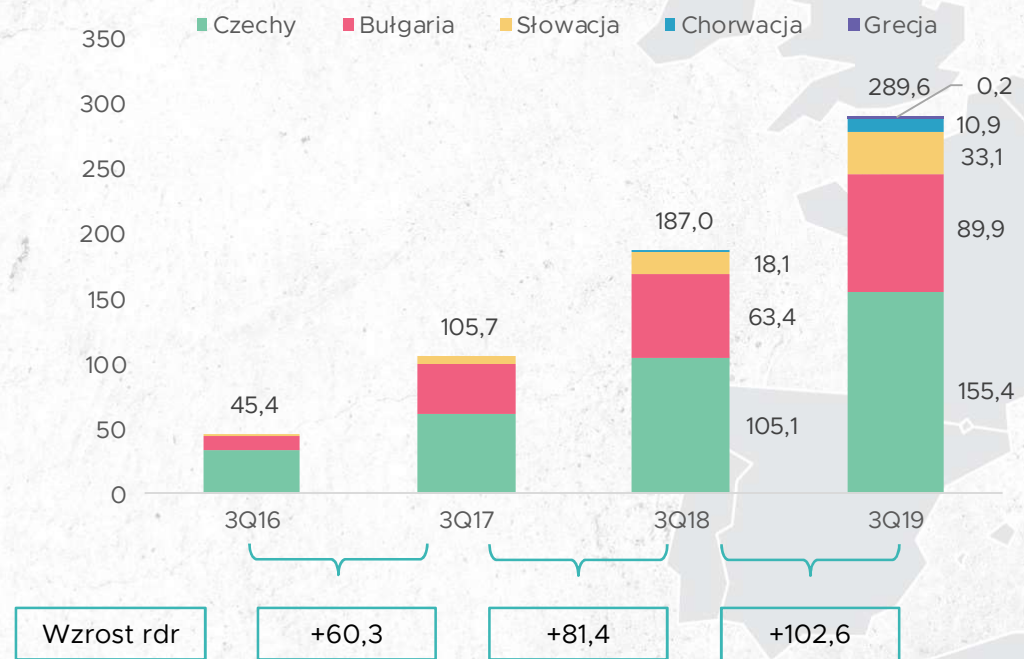
**Segment  
Zagranica**



# Karty sportowe na rynkach zagranicznych



Liczba klubów	2Q19	3Q19
Czechy	15	15
Bułgaria	8	8
<b>RAZEM</b>	<b>23</b>	<b>23</b>



## Segment Zagranica: przychody +48% rdr w 3Q19

(mln PLN)	3Q18	3Q19	rdr	9M18	9M19	rdr
<b>Zagranica</b>	<b>55,0</b>	<b>81,4</b>	<b>48%</b>	<b>148,0</b>	<b>232,4</b>	<b>57%</b>
Karty	45,4	72,9	61%	124,0	205,7	66%
Kluby	11,9	14,2	19%	30,6	43,6	42%
Wyłączenia	-2,3	-5,7	n.m.	-6,6	-16,8	n.m.
Liczba kart	187,0	289,6	55%			
Liczba klubów	17	23	35%			

### Wzrost przychodów w 3Q19:

- Pochodna wzrostu liczby kart (+55% rdr)
- 6 klubów otwartych w ciągu ostatnich 4 kwartałów (Bułgaria)

## Zagranica: pozytywny EBIT w 3Q19

(mIn PLN)	3Q18	3Q19	rdr	9M18	9M19	rdr
Przychody	55,0	81,4	48%	148,0	232,4	57%
Zysk brutto ze sprzedaży	12,0	20,4	70%	25,7	42,9	67%
Marża na sprzedaży	21,8%	25,0%	+3,2 p.p.	17,3%	18,5%	+1,1 p.p.
SG&A	-14,0	-19,0	36%	-38,0	-52,5	38%
EBITDA	0,5	8,3	-	-7,0	10,6	-
<b>EBITDA bez MSSF16</b>	<b>0,5</b>	<b>2,1</b>	-	<b>-7,0</b>	<b>-5,8</b>	-
EBIT	-1,7	1,5	-	-11,7	-9,8	-
<b>EBIT bez MSSF16</b>	<b>-1,7</b>	<b>0,6</b>	-	<b>-11,7</b>	<b>-11,5</b>	-

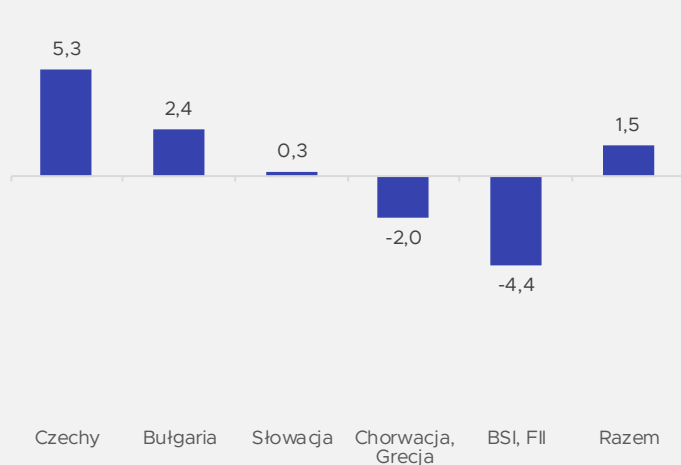
- Nieco wyższa aktywność użytkowników w Czechach i na Słowacji.
- Poprawa efektywności kosztowej w klubach.
- Wzrost SG&A:
  - Koszty rozwoju biznesu na dwóch nowych rynkach;
  - Skalowanie sprzedaży (głównie Czechy)
  - Koszty centrali (Benefit Systems International, Fit Invest International)

## Wyniki segmentu Zagranica: 3Q19 i 9M19

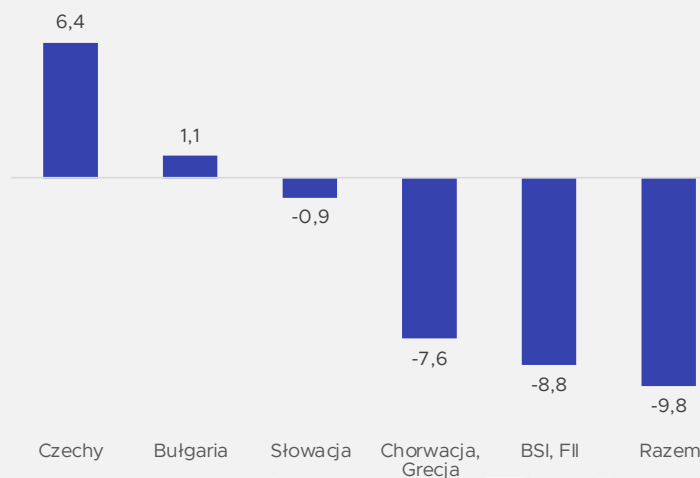
Kluczowe inwestycje/koszty w 2019/2020:

- Koszty poniesione na dwóch nowych rynkach
- Zespół zarządzający Benefit Systems International i Fit Invest International
- Inwestycje w sieci fitness

**3Q19: EBIT (PLN mln)**



**9M19: EBIT (PLN mln)**



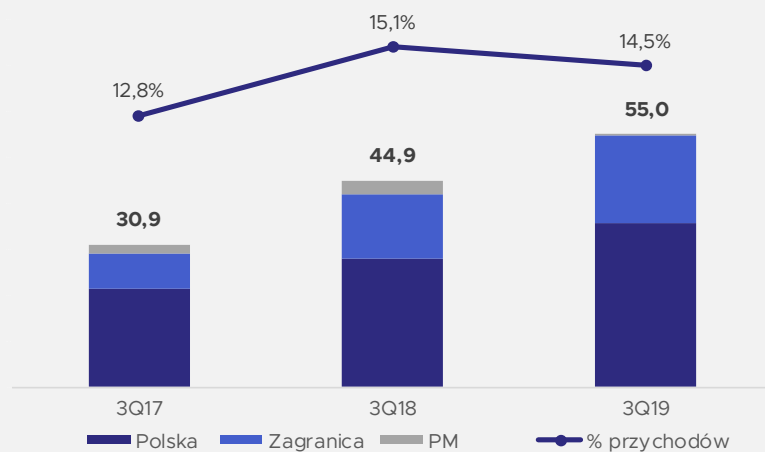
# Wyniki finansowe



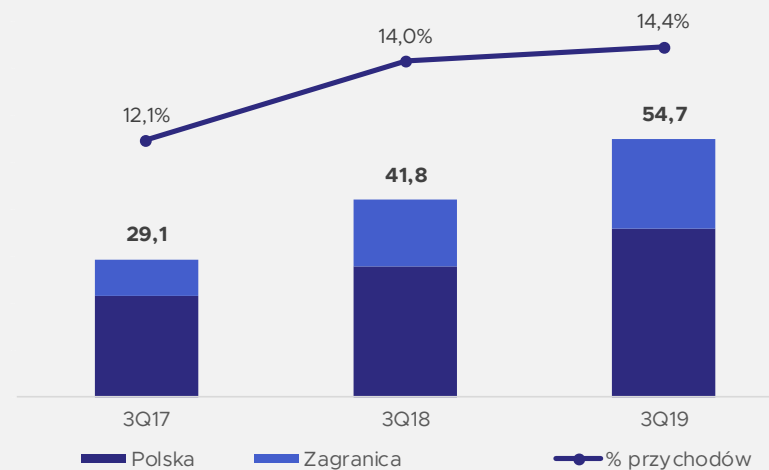


# Koszty sprzedaży i ogólnoadministracyjne

SG&A (mln PLN)



SG&A (mln PLN) (z wyłączeniem programu motywacyjnego)



\*Polska z uwzględnieniem Segmentu Kafeterie

## Stabilne przepływy pieniężne z działalności operacyjnej

CASH FLOW (mln PLN)	9M18	9M19	3Q18	3Q19
Cash flow operacyjny	108,2	261,6	30,7	113,6
Cash flow inwestycyjny	-191,4	-110,0	-22,8	-35,8
Cash flow finansowy	214,2	-161,9	-56,6	-79,0
Zmiana stanu środków pieniężnych	130,9	-10,3	-48,6	-1,2
<b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>183,4</b>	<b>65,5</b>		
<b>Zadłużenie/(gotówka) netto</b>	<b>13,7</b>	<b>137,4</b>		

### Cash flow operacyjny:

- Pozytywny wpływ MSSF16 (+30mln)
- Zmiana kapitału obrotowego (+16mln)

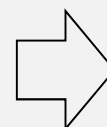
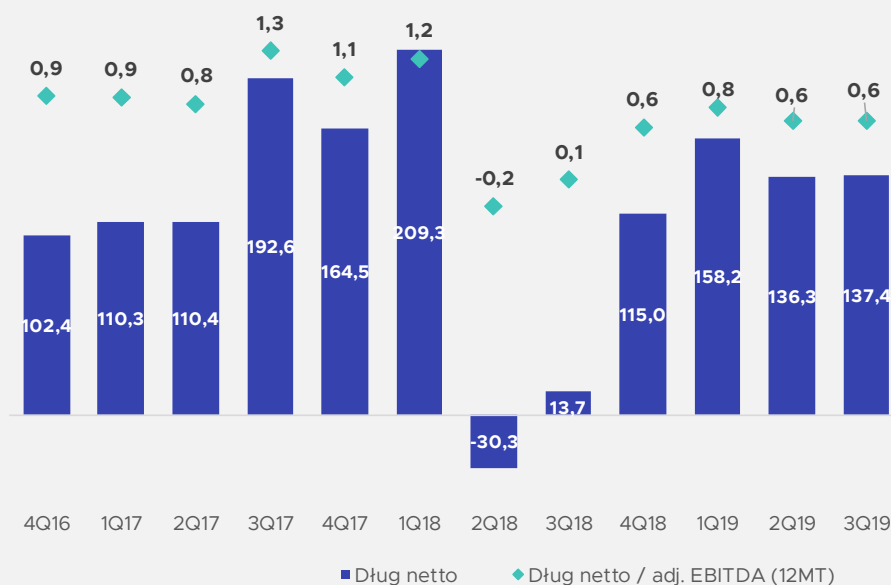
### Cash flow inwestycyjny:

- Nabycie 2 klubów (resztówka Platinum) (11mln)
- Wydatki na nowe kluby, remonty i inne (19mln)
- Wartości niematerialne (6mln)

### Cash flow finansowy:

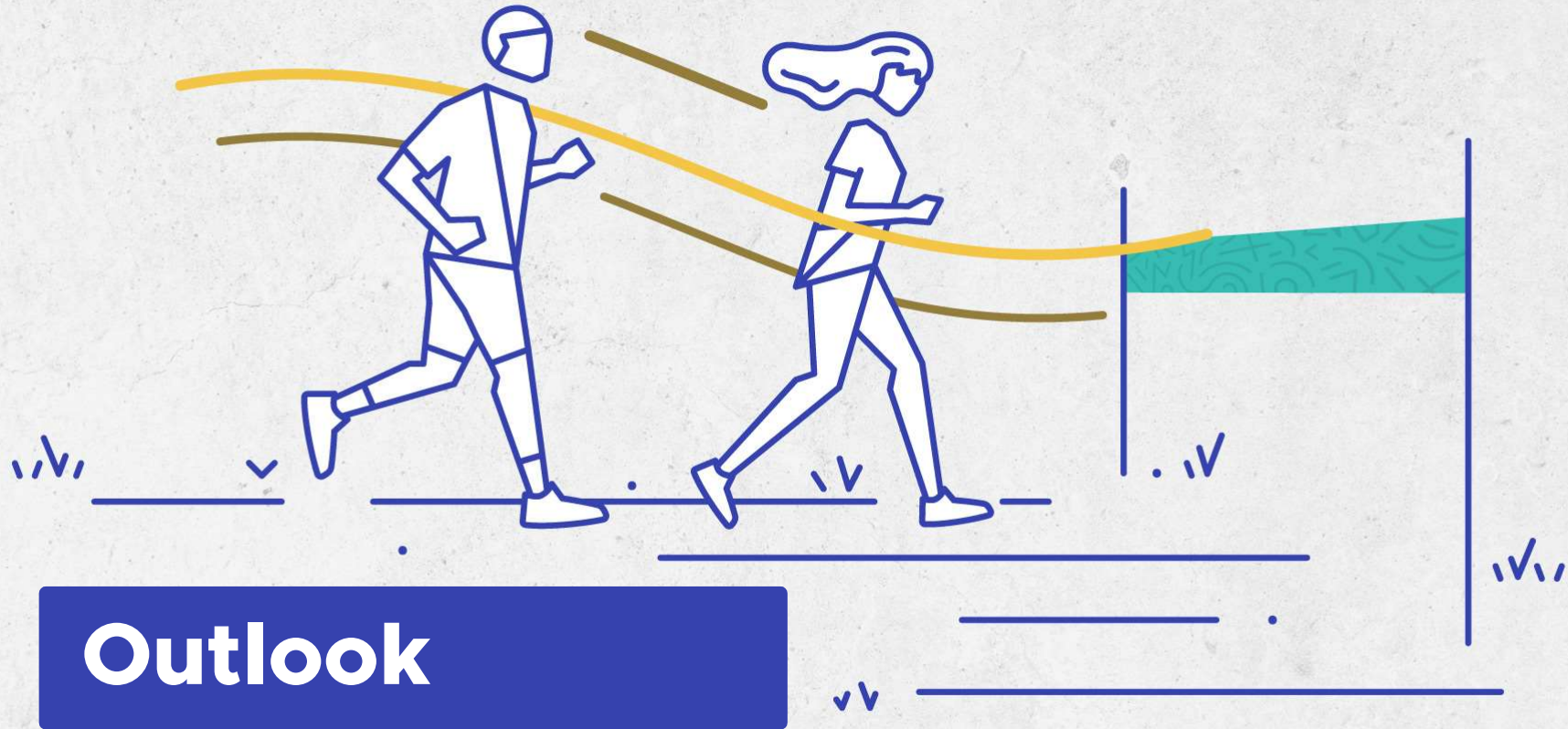
- Skup akcji własnych (57mln)

## Dług netto / adj. EBITDA\* poniżej 1,0x



- Zadłużenie długoterminowe:
  - Kredyty bankowe: 86 mln zł
  - Obligacje (B. Partners): 26 mln zł
- Zadłużenie krótkoterminowe:
  - Kredyty bankowe: 85 mln zł
  - Obligacje (B. Partners): 6 mln zł
- Środki pieniężne: 66 mln zł

Dług netto = kredyty, pożyczki i leasingi krótko i długoterminowe minus gotówka (bez uwzględnienia zobowiązań z tytułu leasingu wg MSSF 16)  
 Adj. EBITDA bez uwzględnienia amortyzacji z MSSF 16



**Outlook**

## OUTLOOK | Nadchodzące wydarzenia

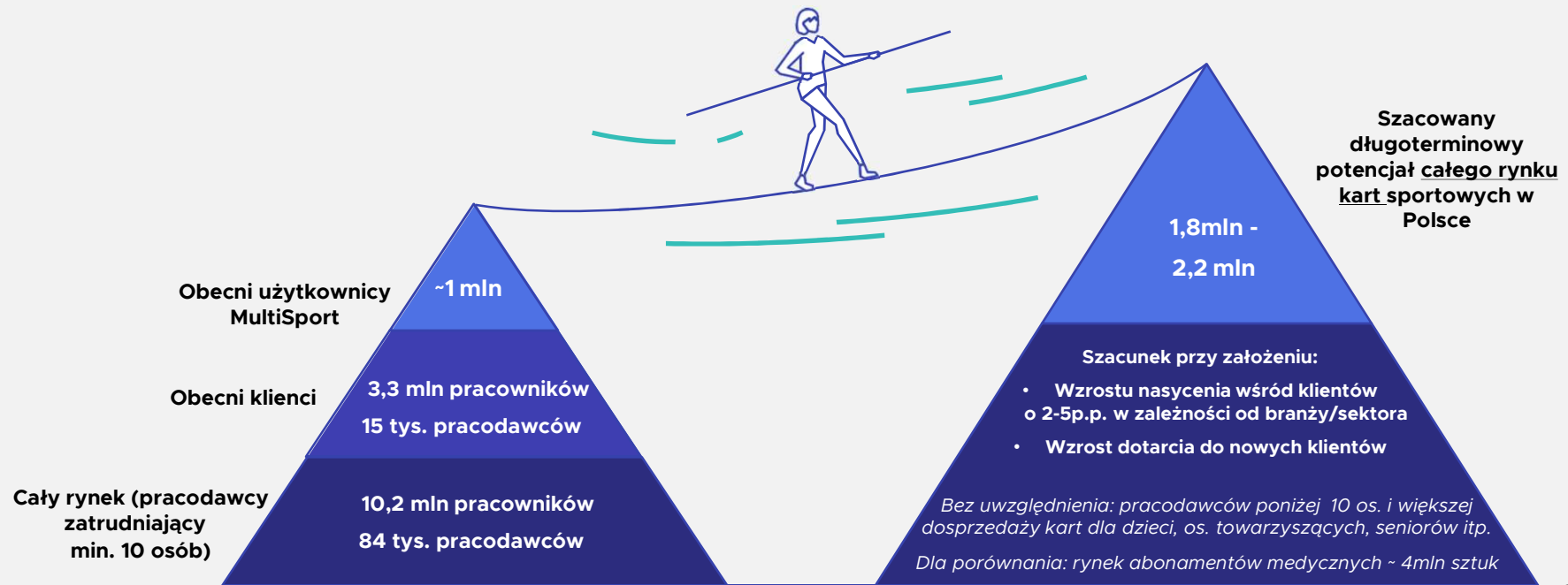
- Aktualizacja prognozy wyników na 2019 r.:
  - Skonsolidowany zysk operacyjny (EBIT): 145 mln - 155 mln
  - Skonsolidowany zysk operacyjny (EBIT) bez MSSF 16: 130 mln - 140 mln
- Główne drivery wyższej prognozy:
  - Wyższa liczba kart sportowych w Polsce; niższy koszt akcji wakacyjnej
  - Przesunięcia otwarć klubów (Polska + Zagranica)
  - Działania optymalizacyjne (koszty) w klubach (Polska + Zagranica)
  - Nieco mniejsza od oczekiwanej strata na klubach przejętych od Calypso
- 2020 r. kontynuacja stabilnego wzrostu zysków
  - Polska: działania pro-sprzedażowe w klubach (B2C), optymalizacja kosztów oraz stabilny wzrost liczby kart,
  - Zagranica: wzrost skali w Czechach, Bułgarii i Słowacji, działania pro-sprzedażowe w klubach (B2C)
- Otwarcia klubów w fitness:
  - Polska: 5-6 otwarć w 4Q19 r.; 7-10 otwarć w 2020 r.
  - Rynki zagraniczne: 1 otwarcie planowane w 4Q19 r.; ok. 10 otwarć w 2020 r.
- Przesunięcie terminu zakończenia postępowania przez UOKiK na luty 2020 r.





**Załączniki**

## Polska: szacujemy potencjał całego rynku kart na 1,8 – 2,2 mln



## Długoterminowe czynniki wspierające sprzedaż kart sportowych

### Trend aktywnego stylu życia

- **Rośnie świadomość pracodawców** w zakresie pozytywnego wpływ ruchu na zdrowie pracowników
- Obecnie **21 mln (64%) Polaków jest aktywnych fizycznie** (MultiSport Index 2019)

### Zmiana pozycjonowania marki MultiSport

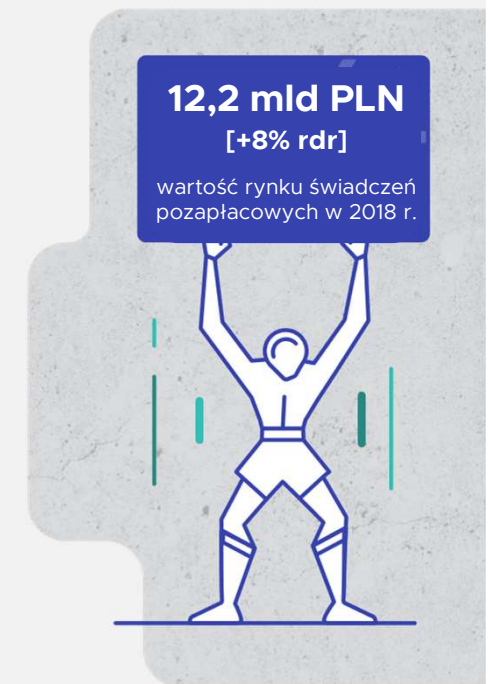
- Z benefitu dla dużych korporacji na **produkt atrakcyjny dla szerokiego grona pracowników** oraz dla większości sektorów gospodarki

### Sprzyjające otoczenie makro/rynek pracownika

- **Niska stopa bezrobocia** (5,1% w październiku 2019 r.)
- Wzrost liczby pracujących w Polsce (+1mln osób od 2014 r.)

### Wzrost budżetów na świadczenia pozapłacowe\*

- 10,8 mld zł w 2016, 11,3 mld zł w 2017, **12,2 mld zł w 2018 r.**
- 87% pracowników w Polsce otrzymuje świadczenia pozapłacowe (w instytucjach zatrudniających 10+ osób)
- Średnia wartość benefitów pozapłacowych na pracownika w 2018 r. to PLN 1995 (+4% rdr)





## Długoterminowe czynniki wspierające sprzedaż kart sportowych

### Wzmacnianie oferty flagowego produktu

- Stale poszerzamy bazę obiektów partnerskich (obecnie **ponad 4,4 tys.**) oraz aktywności (**ponad 25 zajęć i dyscyplin sportowych**)
- Do karty MultiSport dodawane są **dodatkowe usługi** z obszaru aktywnego i zdrowego życia (m.in. poradniki, diety, rowery miejskie, specjalna oferta wakacyjna)



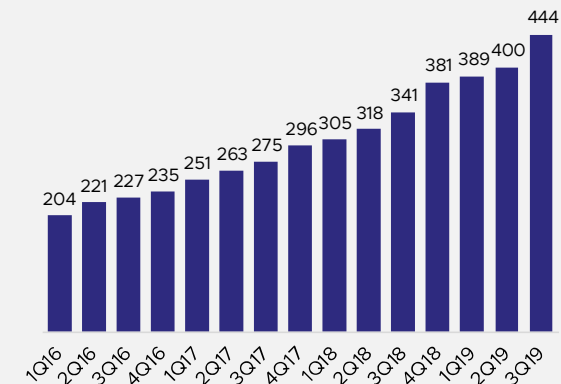
### MultiSport dla różnych grup wiekowych

- Program MultiSport (dla dzieci i młodzieży, dorosłych) **rozszerzany jest o ofertę dla kolejnych grup wiekowych**, w 2018 roku byli to seniorzy.

### Kompleksowa usługa

- Segmentacja produktowa (karty limitowane) pozwala na rozszerzenie bazy klientów o mniejsze podmioty i branże z niższymi budżetami
- Platformy kafeteryjne wspierają relacje z działami HR

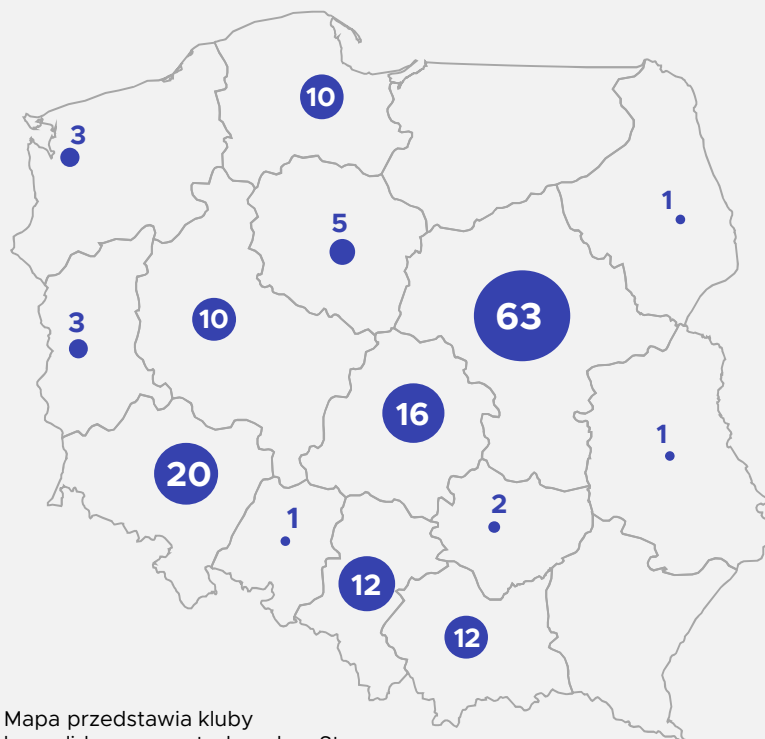
Kafeterie: liczba użytkowników (tys.)



## Strategiczne znaczenie inwestycji w kluby



## Rozwój klubów fitness



Mapa przedstawia kluby konsolidowane metodą pełną. Stan na 30.09.2019

SIEĆ	grudzień 2018	marzec 2019	czerwiec 2019	wrzesień 2019
Fabryka Formy	27	28	28	28
Fitness Academy	19	20	20	21
Zdrofit	58*	59*	63*	65*
My Fitness Place	14	15	15	17
Fitness Club S4	14	14	13	13
Fit Fabric	11	13	13	14
Wesolandia	1	1	1	1
<b>RAZEM</b>	<b>144</b>	<b>150</b>	<b>153</b>	<b>159</b>

\* Zawiera 14 klubów Calypso przejętych w listopadzie 2018 r., których rebranding na Zdrofit został sfinalizowany w 1H19

Ponadto w podmiotach stowarzyszonych:  
46 klubów na 30.09.2019

**Zastrzeżenie:**

Niniejsza prezentacja ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi i nie powinna być traktowana, w całości ani w części, jako ogłoszenie dotyczące papierów wartościowych, oferta bądź zaproszenie do sprzedaży lub emisji ani jako propozycja złożenia oferty zakupu, nabycia lub dokonania zapisów na papiery wartościowe Benefit Systems S.A. („**Emitent**”) lub któregośkolwiek z jej podmiotów zależnych, ani kwity depozytowe reprezentujące takie papiery wartościowe, w jakiegokolwiek jurysdykcji, ani jako zaproszenie bądź zachęta do podjęcia decyzji inwestycyjnej dotyczącej takich papierów wartościowych. Prezentacja ta w szczególności nie służy w jakikolwiek sposób, bezpośrednio lub pośrednio, promowaniu subskrypcji akcji nowej emisji lub sprzedaży akcji własnych Emitenta i nie jest materiałem promocyjnym przygotowanym lub opublikowanym przez Emitenta na potrzeby promowania akcji nowej emisji lub ich subskrypcji lub sprzedaży akcji własnych Emitenta albo zachęcania, bezpośrednio lub pośrednio, do ich nabycia lub objęcia. Emitent nie opublikował dotychczas jakichkolwiek materiałów mających na celu promocję akcji nowej emisji lub ich subskrypcji lub sprzedaży akcji własnych Emitenta.

Niniejsza prezentacja zawiera stwierdzenia, które są lub mogą być uznane za stwierdzenia dotyczące przyszłości, dotyczące kondycji finansowej, wyników, działalności operacyjnej i przedsięwzięć grupy kapitałowej Emitenta („**Grupa Emitenta**”). Stwierdzenia dotyczące przyszłości można zidentyfikować po tym, że nie odnoszą się jedynie do wydarzeń historycznych lub bieżących. Stwierdzenia dotyczące przyszłości często zawierają takie słowa jak „przewiduje”, „docelowe”, „oczekuje”, „szacuje”, „zamierza”, „spodziewane”, „planuje”, „cel”, „uważa” lub inne słowa o podobnym znaczeniu. Ze względu na ich charakter stwierdzenia dotyczące przyszłości są obciążone ryzykiem i niepewnością, ponieważ dotyczą zdarzeń lub okoliczności przyszłych, z których szereg może być poza kontrolą Grupy Emitenta. W efekcie rzeczywiste wyniki Grupy Emitenta w przyszłości mogą się zasadniczo różnić od planów, celów i oczekiwań wymienionych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości. Emitent nie jest zobowiązany do aktualizowania stwierdzeń dotyczących przyszłości zawartych w niniejszej prezentacji.

Niniejsza prezentacja, jak też jakakolwiek jej część, nie jest przeznaczona do rozpowszechniania, bezpośrednio albo pośrednio, na terytorium albo do Stanów Zjednoczonych Ameryki albo w innych państwach, w których publiczne rozpowszechnianie informacji zawartych w niniejszej prezentacji może podlegać ograniczeniom lub być zakazane przez prawo. Papiery wartościowe, o których mowa w niniejszej prezentacji, nie zostały i nie zostaną zarejestrowane na podstawie Amerykańskiej Ustawy o Papierach Wartościowych z 1933 r. ze zmianami (ang. U.S. Securities Act of 1933) i nie mogą być oferowane ani zbywane na terytorium Stanów Zjednoczonych Ameryki za wyjątkiem transakcji niepodlegających obowiązkowi rejestracyjnemu przewidzianemu w Amerykańskiej Ustawie o Papierach Wartościowych lub na podstawie wyjątku od takiego obowiązku rejestracyjnego.