

NIE PODLEGA ROZPOWSZECHNIANIU, PUBLIKACJI ANI DYSTRYBUCJI, W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI, BEZPOŚREDNIO CZY POŚREDNIO, NA TERYTORIUM, DO ALBO ZE STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI, KANADY, AUSTRALII, JAPONII LUB REPUBLIKI POŁUDNIOWEJ AFRYKI LUB JAKIEJKOLWIEK INNEJ JURYSDYKCJI, W KTÓREJ TAKA DYSTRYBUCJA STANOWIŁABY NARUSZENIE PRAWA.

Niniejsze ogłoszenie nie jest prospektem ani ofertą sprzedaży akcji w jakiegokolwiek jurysdykcji, w tym na terytorium lub do Stanów Zjednoczonych Ameryki, Kanady, Australii, Japonii lub Republiki Południowej Afryki.

Niniejsze ogłoszenie ani zawarte w nim informacje nie mogą stanowić podstawy żadnej oferty ani zobowiązania w jakiegokolwiek jurysdykcji, jak również nie należy się na nich opierać w związku z takimi ofertami lub zobowiązaniami. Inwestorzy powinni nabywać lub zapisywać się na akcje, o których mowa w niniejszym ogłoszeniu, wyłącznie na podstawie informacji zawartych w ostatecznej wersji prospektu (zwanego dalej „**Prospektem**” i obejmującego również ewentualne suplementy do prospektu), z uwzględnieniem określonych w nim czynników ryzyka, który może zostać opublikowany przez nowoutworzoną spółkę prawa holenderskiego, Pepco Group B.V., która zostanie przekształcona w spółkę publiczną pod firmą Pepco Group N.V. („**Spółka**”) i w odpowiednim momencie ustanowiona pierwotną dominującą spółką holdingową wobec Pepco Group Limited i jej podmiotów zależnych („**Pepco**” lub „**Grupa**”) w związku z ewentualną ofertą („**Oferta**”) akcji zwykłych w kapitale zakładowym Spółki („**Akcje**”) oraz ewentualnym dopuszczeniem oraz wprowadzeniem Akcji do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. („**Dopuszczenie**”). W przypadku publikacji Prospektu przez Spółkę zostanie on zamieszczony wraz z tłumaczeniem podsumowania na język polski na stronie internetowej Grupy pod adresem <https://www.pepcogroup.eu/>, a także, jedynie w celach informacyjnych, na stronie internetowej Powszechnej Kasy Oszczędności Banku Polskiego Spółki Akcyjnej Oddział – Biuro Maklerskie w Warszawie (www.bm.pkobp.pl), w każdym przypadku z pewnymi ograniczeniami dostępu.

PEPCO
Group

26 kwietnia 2021 r.

PEPCO GROUP B.V.

OGŁOSZENIE O ZAMIARZE PRZEPROWADZENIA PIERWSZEJ OFERTY PUBLICZNEJ ORAZ ZAMIARZE DOPUSZCZENIA I WPROWADZENIA AKCJI DO OBROTU NA GIEŁDZIE PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH W WARSZAWIE S.A.

Pepco - wiodąca sieć wielobranżowych sklepów dyskontowych w Europie, oferująca zróżnicowane produkty, obsługująca ponad 50 milionów klientów miesięcznie w ponad 3.200 sklepach w 16 krajach - ogłasza zamiar przeprowadzenia pierwszej oferty publicznej akcji, która zostanie skierowana do inwestorów instytucjonalnych i indywidualnych, w tym oferty publicznej akcji w Polsce oraz oferty skierowanej do wybranych inwestorów instytucjonalnych z oraz spoza Stanów Zjednoczonych Ameryki (na podstawie wyjątków od obowiązku rejestracyjnego).

Pepco zamierza złożyć wniosek o dopuszczenie oraz wprowadzenie akcji zwykłych Spółki do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Oferta będzie obejmowała sprzedaż istniejących akcji przez obecnych akcjonariuszy.

Komentując dzisiejszą informację Andy Bond, Dyrektor Generalny (CEO) powiedział:

“Dzisiejsze ogłoszenie zamiaru przeprowadzenia oferty publicznej oraz dopuszczenia i wprowadzenia akcji Pepco do obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie wyznacza istotny etap dla Grupy. Nasza pozycja zapewnia nam silne podstawy dla długoterminowego rozwoju, biorąc pod uwagę naszą wiodącą na rynku ofertę

dla klientów w najbardziej atrakcyjnym sektorze handlu detalicznego, skalę możliwości rynkowych jakie otwierają się przed nami wraz z ekspansją w całej Europie, a także dokonane przez nas w ostatnich latach inwestycje mające na celu poprawę naszej infrastruktury.”

„Nasze wyniki za ostatnie trzy lata potwierdzają, że konsekwentnie osiągnęliśmy wiodący na rynku wzrost sprzedaży i zysku, co było możliwe dzięki konsekwentnej i codziennej koncentracji na oferowaniu klientom najniższych cen za towary powszechnego użytku w kategoriach odzieży, wyrobów przemysłowych z naciskiem na produkty dla domu oraz produktów szybkozbywalnych (FMCG).”

“Każda z naszych sieci posiada jasno zdefiniowaną strategię kontynuacji swojego rozwoju. W ramach marki PEPCO co roku otwieranych jest ponad 300 sklepów i otwierany nowy kraj sprzedaży. Po sukcesach we Włoszech i w Serbii oraz planowanym na wiosnę tego roku wejściu na rynek w Hiszpanii, sieć PEPCO będzie miała szansę kierować swój rozwój na kolejne kraje w całej Europie, co pozwoliłoby na osiągnięcie wyższego wzrostu i zapewniło większą skalę działalności. Sieci Poundland i Dealz także weszły już na ścieżkę rozwoju i planujemy otwierać około 100 sklepów rocznie, początkowo głównie w Hiszpanii i Polsce.”

“Nasz biznes jest dziś jeszcze silniejszy niż rok temu, między innymi dzięki poprawie możliwości Pepco Group Sourcing (PGS), naszej spółki zależnej, odpowiedzialnej za pozyskiwanie towarów do naszych sklepów oraz dzięki znaczącemu usprawnieniu zasad zarządzania kapitałem obrotowym, uzgodnionych z naszymi kluczowymi dostawcami. Nieustannie też podnosimy standardy w zakresie ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego (ESG), które są stosowane w całej Grupie.”

“W celu dodatkowego wzmocnienia naszej kadry zarządzającej i ładu korporacyjnego, w związku z planowanym notowaniem akcji Pepco i wprowadzeniem do obrotu na giełdzie, powołamy do naszej Rady Dyrektorów pięciu nowych dyrektorów niewykonawczych, w tym Richarda Burrowsa jako jej przewodniczącego. Ich połączone doświadczenie, wiedza i znajomość zagadnień i mechanizmów finansowych, operacyjnych i strukturalnych będą dla nas nieocenione w naszych staraniach zaspokojenia ambicji osiągnięcia przez nas pozycji wiodącej sieci dyskontów wielobranżowych w Europie.”

„Dzisiaj, wraz z wszystkimi koleżankami i kolegami, możemy być dumni z naszych osiągnięć. Chcę podziękować Wam wszystkim za pasję z jaką tworzycie nasze marki, ciężką pracę i zaangażowanie. Planowane dopuszczenie i wprowadzenie akcji Pepco na giełdzie w Warszawie, w Polsce, która jest podstawowym rynkiem marki PEPCO od 2004 r. i największym rynkiem działalności Grupy, jest naturalnym krokiem w naszym rozwoju. Nie mogę się już doczekać dalszej skutecznej realizacji naszej strategii rozwoju.”

O PEPCO

Grupa posiada i zarządza paneuropejską wieloformatową siecią dyskontowych sklepów wielobranżowych, obejmującą 3246 sklepów w 16 krajach, według stanu na 31 marca 2021 r. Sklepy Grupy działają lokalnie, są łatwo dostępne dla klientów. Oferują ubrania, artykuły detaliczne, produkty pierwszej potrzeby, zabawki i produkty sezonowe w konkurencyjnych cenach.

Większość z tych produktów nabywamy z poszanowaniem zasad etycznego pozyskiwania zasobów poprzez zintegrowane z Grupą przedsiębiorstwo, PGS, którego celem jest maksymalizacja efektu skali zakupowej i wydajności operacyjnej w całej Grupie.

Grupa zapewnia swojej podstawowej grupie klientów, którymi są dbające o portfel rodziny, wszystkie regularnie kupowane produkty w sklepach prowadzonych w ramach dwóch szybko rozwijających się sieci, w dwóch odrębnych segmentach rynkowych:

- PEPCO: wiodąca w Europie Środkowo-Wschodniej sieć wielobranżowych sklepów dyskontowych oferująca w różnorodnych, przystępnych cenach ubrania dla całej rodziny (zwłaszcza ubrania dla dzieci), artykuły wyposażenia wnętrz, zabawki i produkty sezonowe. Według stanu na 31 marca 2021 r., PEPCO prowadziło 2.229 sklepów w 13 krajach regionu Europy Środkowo-Wschodniej oraz we Włoszech.
- Poundland/Dealz: sieć sklepów działających w modelu zakupów impulsowych artykułów spożywczych, ogólnego przeznaczenia, sezonowych i artykułów pierwszej potrzeby sprzedawanych w formule cen jednorodnych. Sieć działa od 1990 r. w Wielkiej Brytanii pod marką Poundland, prowadząc 818 sklepów,

wg stanu na 31 marca 2021 r. W ramach międzynarodowej ekspansji Poundland, w 2011 r. wprowadzona została marka Dealz, która wg stanu na 31 marca 2021 r. prowadziła 199 sklepów w Irlandii, Hiszpanii i Polsce. Większe sklepy Poundland oferują produkty pierwszej potrzeby, ubrania i inne artykuły detaliczne, podczas gdy sklepy Dealz i mniejsze sklepy Poundland sprzedają artykuły szybkozbywalne, ogólnego przeznaczenia i artykuły pierwszej potrzeby.

W okresie trzech lat, do 30 września 2020 r., PEPCO otwierało ponad 300 sklepów netto rocznie. Biorąc pod uwagę sukces Dealz w Polsce i Hiszpanii, począwszy od roku obrotowego 2021 Grupa będzie otwierać co najmniej 70 sklepów tej marki rocznie. Grupa ma jasną, charakteryzującą się niskim poziomem ryzyka strategię ekspansji sieci sklepów i zamierza w średnim terminie jeszcze ją przyspieszyć, zarówno na rynkach, na których jest już obecna, jak też i w nowych regionach. Sukces, jaki przyniosło wejście na rynki Włoch i Serbii potwierdza, że model działalności obrany przez Grupę jest właściwy.

Tak dynamiczny rozwój Grupy był możliwy dzięki zaangażowaniu zespołu menedżerów posiadających istotne doświadczenie w handlu detalicznym (łącznie 200 lat doświadczenia), którzy sprawują kluczowe stanowiska w całej Grupie, kierowanego przez Andyego Bonda, dyrektora generalnego Grupy (CEO) oraz Nicka Whartona dyrektora finansowego Grupy (CFO).

POWODY PRZEPROWADZENIA OFERTY

Pepco uważa, że Oferta i Dopuszczenie to naturalny krok na obecnym etapie rozwoju Grupy (biorąc pod uwagę wzrost i stopień dojrzałości biznesu), dający dostęp do szerokiego spektrum możliwości pozyskiwania kapitału, z których Grupa będzie mogła skorzystać w przyszłości. Grupa zamierza także zdywersyfikować strukturę akcjonariatu i w większym stopniu wyodrębnić się z grupy Steinhoff, wzmocnić możliwości Grupy do pozyskiwania talentów, utrzymania i motywowania kluczowych menedżerów i pracowników, a także stworzyć płynny rynek obrotu Akcji dla obecnych i przyszłych akcjonariuszy.

Oferta pozwoli także akcjonariuszom sprzedającym częściowo spieniężyć ich udziały w Pepco, w tym spółce Pepco Holdco Limited, która po zakończeniu reorganizacji przed Dopuszczeniem, będzie posiadała większość Akcji na moment Dopuszczenia, („Główny Akcjonariusz Sprzedający”). Będzie to zgodne z publicznie komunikowanymi intencjami Steinhoff International Holdings N.V.

STRATEGIA

Ściśle określoną misją Grupy jest zaspokajanie potrzeb jej kluczowych klientów, którzy stanowią jednolitą grupę we wszystkich segmentach działalności Spółki, w zakresie ich regularnych potrzeb zakupowych, po najniższych cenach, pod względem odzieży, produktów ogólnego przeznaczenia ze szczególnym uwzględnieniem produktów wyposażenia wnętrz i towarów szybkozbywalnych.

Ambicją Grupy jest stać się wiodącą w Europie siecią dyskontowych sklepów wielobranżowych. Celem jest osiągnięcie w ciągu 5-7 lat wyniku EBITDA przekraczającego 1 miliard euro¹. Jest to możliwe dzięki dalszemu wzmocnieniu wiodącej na rynku oferty dla klientów i planowanemu ponad trzykrotnemu powiększeniu liczby sklepów, wchodzących obecnie w skład Grupy.

Strategia Grupy skupiona jest na czterech następujących obszarach:

1. Wzrost sprzedaży w warunkach porównywalnych (like-for-like) oraz wzrost udziałów rynkowych

Wzrost oparty będzie na dotychczasowej ofercie dla konsumentów polegającej na:

- Przewadze nad konkurencją w zakresie ceny, wyboru asortymentu i wygody zakupów.

¹ Podstawowa EBITDA obliczana jest bez uwzględniania zmian w MSSF 16.

- Dostarczaniu asortymentu w wielu kategoriach, dzięki czemu Grupa uzyskuje przewagę nad swymi kluczowymi konkurentami w sektorze dyskontowym, gdzie tendencją jest skupianie się na pojedynczej kategorii produktowej.
- Dalszym oparciem siły Grupy na jej pozycji w segmencie ubrań dla dzieci oraz produktów dla domu projektowanych i produkowanych przez Grupę we własnym zakresie.
- Rozwoju oferty dla kluczowych klientów, zmierzającym do dostarczania im większej liczby produktów, które będą chcieli kupić, jak również dalszej budowie skali i zwiększaniu wydajności w ramach Grupy.

2. Znaczące rozszerzenie skali działalności w Europie

- Koncentracja na kontynuacji rozwoju sieci na dotychczasowych rynkach. Połączona z przemyślaną ekspansją organiczną na nowych rynkach, charakteryzujących się pozytywnymi cechami ekonomicznymi i demograficznymi. Pozwala to połączyć ryzyko na niskim poziomie oraz długoterminowy wzrost.

3. Poprawa wydajności operacyjnej w ramach Grupy

- Wykorzystanie istniejących już dziś możliwości PGS w zakresie redukcji kosztu pozyskiwania produktów, pozwoli Grupie na wzrost marży brutto i nieustanne reinwestowanie w utrzymanie przewagi cenowej.
- Wzrost marż operacyjnych w każdej z marek detalicznych poprzez precyzyjnie adresowane inicjatywy zmierzające do poprawy wydajności, w tym poprzez redukcję czynszów w istniejących sklepach Poundland poprzez ich renegocjowanie w momencie kiedy umowy są odnawiane.
- Dalsze inwestycje w wysokiej jakości infrastrukturę pozwolą kontynuować wzrost przy jednoczesnej poprawie marż operacyjnych.

4. Odpowiedzialna działalność

- Grupa jest aktywna w zakresie minimalizowania swego wpływu na środowisko i maksymalizowania korzyści jakie z tego płyną dla społeczności, Grupa ma też długoterminowy plan, który zakłada dalszy postęp w tym obszarze w kolejnych latach. Jest to kluczowe dla Grupy, dla oceny jej jakości i jej renomy. Tak samo jak ważne jest to dla jej klientów.

PRZEWAGI KONKURENCYJNE

Grupa uważa, że jej sukces jest możliwy dzięki następującym kluczowym przewagom konkurencyjnym:

Działalność w strukturalnie atrakcyjnym sektorze dyskontowym

Różnorodność oferty w sklepach daje podwaliny pod długoterminowy wzrost

- Wszystkie marki Grupy działają w sektorze dyskontowym, oferując Grupie rynek do zagospodarowania o wartości 130 miliardów euro. Jest on strukturalnie atrakcyjny, oferując znaczącą skalę, wzrost w średnim terminie, jak również ponadprzeciętne, w porównaniu z rynkiem detalicznym, marże operacyjne.
- W 2019 r. w sektorze dyskontowym w Europie sprzedano ubrania i artykuły detaliczne o wartości 96 miliardów euro (z czego obecne rynki PEPCO stanowiły 26 miliardów euro). Firma konsultingowa OC&C prognozowała, że rynek ten urośnie do 2025 r. do 117 miliardów euro (z czego na obecne rynki PEPCO przypada 34 miliardów euro), co daje wskaźnik skumulowanej rocznej stopy wzrostu CAGR na poziomie 2,8% i 4,4%, odpowiednio dla całego rynku i rynków PEPCO w okresie lat finansowych od 2019 do 2025.

- Powstające dziś kanały sprzedaży różnorodnych towarów w branży dyskontowej stanowią 1% europejskiego rynku spożywczego, wartego 1.3 biliona euro. W większości dojrzałych regionów kanał ten urosł do 2,5% rynku spożywczego, co pokazuje wzrost za 2019 r. na poziomie 34 miliardów euro. Biorąc pod uwagę fakt, że zmieniają się nawyki zakupowe, i oprócz cotygodniowych wizyt w sklepach spożywczych konsumenci coraz chętniej i częściej odwiedzają je dodatkowo, żeby dokupić brakujące produkty, do sum tych należy dodać kolejne 3% wskaźnika CAGR. Konsumenci częściej robią zakupy, ale wciąż kierują się przy nich ceną.

Połączenie efektu pierwszeństwa na rynku i skali stanowi znaczącą barierę dla konkurencji

- Grupa zarządza relatywnie niewielkimi sklepami, co biorąc pod uwagę wysokie stopy zwrotu z inwestycji w sklep – w przypadku PEPCO na poziomie średnio 19 miesięcy – pozwala im z sukcesem przyciągać klientów z sąsiedztwa, nawet jeśli to sąsiedztwo jest niewielkie. Około 35% sklepów PEPCO zlokalizowanych jest w obszarach, gdzie mieszka mniej niż 20.000 ludzi.
- W tej sytuacji konkurencja dla Grupy ze strony zorganizowanych sieci detalicznych jest ograniczona na większości rynków Europy Środkowo-Wschodniej i obszarach gdzie Grupa działa. Zwykle konsumenci na tych rynkach są klientami lokalnych niezależnych sklepów, które nie mają możliwości konkurowania z PEPCO i gdzie przewaga PEPCO w zakresie oferty jest znacząca. Co więcej, potencjalne wejście przyszłego konkurenta jest utrudnione, gdyż PEPCO na lokalnym rynku obecne jest od dawna i posiada w nim wysoki udział.
- W efekcie tej strategii PEPCO ma w Polsce więcej sklepów niż kolejne największe trzy sieci dyskontowe razem (w segmencie, w którym działa). Na każdym ze swych kluczowych rynków Europy Środkowo-Wschodniej (Czechy, Słowacja, Węgry i Rumunia), PEPCO ma dwa razy więcej sklepów niż jego największy konkurent.
- W Europie Zachodniej jest rozwiniętych relatywnie więcej obszarów w ramach branży dyskontowej. Daje to znaczące możliwości przejęcia udziałów w tym rynku (sektor ubrań dyskontowych stanowi dziś około 17% rynku).

Wciąż dostępne są znaczące rynki o atrakcyjnych fundamentach makroekonomicznych

- W tej chwili w zasięgu Grupy i jej marek PEPCO i Dealz, jest ponad 525 milionów ludzi zamieszkujących Europę Środkowo-Wschodnią i Europę Zachodnią.
- Różnorodność oferty Grupy sprzedawanej za pośrednictwem sieci PEPCO i Dealz w regionie Europy Środkowo-Wschodniej pozwala na konkurowanie na regionalnych rynkach, o populacji przekraczającej 100 milionów, gdzie wzrost gospodarczy jest szacowany na 2%, a wzrost dochodów do dyspozycji konsumentów szacuje się na 1,8% rocznie w latach 2019-2025, co wspierać będzie wzrost sprzedaży detalicznej.

Zwycięska oferta dla klientów

Zwycięska oferta PEPCO

- Niezależne badania potwierdziły, że PEPCO jest bardzo dobrze oceniane we wszystkich kryteriach, które są kluczowe dla konsumentów zaopatrujących się w sklepach branży, w której działa. PEPCO zajmuje pierwsze miejsca w najistotniejszych kategoriach – niskich cenach, w zakresie tego co klient za nie otrzymuje oraz konkurencyjności oferty. PEPCO zajmuje też pierwsze miejsca w 3 na 7 pozostałych najważniejszych kategoriach.
- Co ważne, PEPCO zostało uznane za sklep, który jest najbardziej wiarygodny – zdecydowanie ufa mu 78% respondentów.
- Zdając sobie sprawę z tego, że najważniejszym kryterium, które daje na tym rynku prowadzenie jest cena, PEPCO oferuje jasną przewagę konkurencyjną w zakresie ceny w dziedzinie ubrań i produktów gospodarstwa domowego w porównaniu z konkurencją.
- PEPCO cieszy się wiodącą oceną w zakresie wskaźnika satysfakcji klientów (NPS), co widoczne jest na rynkach, na których działa, zarówno w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, jak i w Europie Zachodniej.

Poundland i Dealz – największy w Europie koncept typu “wszystko za jednego dolara”

- Poundland i Dealz oferują produkty pierwszej potrzeby, jak również pozostałe artykuły dla domu. Skupiają się na wygodzie, silnej ofercie sezonowej, jak również szerokiej ofercie produktów pierwszej potrzeby w dogodnych lokalizacjach i po dobrych cenach.
- Marki te zaangażowane były w program transformacji kategorii produktów. W ramach programu zaoferowano ubrania marki PEP&CO oraz mrożoną żywność w sieci Poundland. Co tydzień sklepy te odwiedza ponad 7 milionów klientów.
- Wprowadzenie ubrań w cenach dyskontowych pozwoliło na poszerzenie w widoczny sposób oferty Poundland, choć już wcześniej składała się ona z wielu różnych produktów dyskontowych.
- Poprzez zwiększoną alokację przestrzeni sklepowej na rzecz ubrań oraz wykorzystanie istniejącego ruchu w sklepach, marka PEP&CO mocno urosła od początku swojego istnienia w 2016 r. i stała się 18-tą marką ubrań w Wielkiej Brytanii pod względem wielkości sprzedaży (wynika z danych Kantar Fashion zebranych w 12 tygodniach poprzedzających 30 września 2020 r.).
- Dealz korzysta na tym, że skupia się na oferowaniu zróżnicowanych kategorii towarów, kładąc większy niż pozostałe sieci detaliczne nacisk na artykuły szybkozbywalne (77% w 2020 r., wobec 24% w sieci Action i 16% w TEDI).
- Zdecydowana przewaga cenowa nad innymi sieciami oferującymi artykuły szybkozbywalne. Na przykład w Hiszpanii Dealz ma przewagę cenową wobec istniejących już sieci handlowych wynoszącą od 28% (Carrefour) do 9% (PrimaPrix), a jednocześnie utrzymuje znacząco wyższy wskaźnik NPS w porównaniu do konkurencji na obu tych rynkach

Silny model biznesowy i znaczące synergie grupowe

- Synergie osiągnięte zostały dzięki modelowi biznesowemu i kulturze umożliwiającej markom Grupy „sprzedawanie za mniej” poprzez wykorzystanie skali zakupów i możliwości bezpośredniego zaopatrzenia, a także prostego, spójnego modelu handlowego, który po prostu „działa za mniej”.
- Grupa ma dwie strategie uzyskiwania najniższych kosztów zaopatrzenia:
 - wykorzystanie skali PGS, które bezpośrednio prowadzi zaopatrzenie poprzez centra w całej Azji w zakresie własnej marki odzieży i asortymentu artykułów detalicznych;
 - wykorzystanie relacji Poundland z ogólnoeuropejskimi dostawcami markowych produktów pierwszej potrzeby.
- Umożliwia to Grupie utrzymanie pozycji lidera cen jako kluczowego elementu jej zwycięskiej oferty, jednocześnie zapewniając wyższą marżę brutto w porównaniu z konkurentami, którzy w większym stopniu polegają na modelu zaopatrzenia niebezpośredniego, kupując u pośredników, takich jak agenci, hurtownicy i dystrybutorzy.
- Model bezpośredniego zaopatrzenia zapewnia również przewagę marżową oraz większą kontrolę i przejrzystość w całym łańcuchu dostaw, zgodność z jasno określonymi normami etycznymi.

Możliwości rozwoju sieci sklepów i kompetencje w tym zakresie

Potwierdzona dotychczasowymi sukcesami zdolność rozwoju i najlepsze w swojej kategorii zwroty na inwestycjach i spłaty zainwestowanego kapitału

- Zarząd używa sprawdzonych metod ekonometrycznych a także systemów opartych na badaniu liczebności ludności zamieszkującej okolice potencjalnego sklepu do analizy potencjału dalszej paneuropejskiej ekspansji. Pozwala to otwierać sklepy w takich miejscach i w takim sąsiedztwie, by efektywnie korzystać z możliwości ekspansji i przekładać ją na atrakcyjne zyski w momencie kiedy sklepy zaczynają już działać.
- We wszystkich krajach, w których PEP&CO jest obecne, w roku finansowym zakończonym 30 września 2019 (był to ostatni pełny rok, w którym nie zanotowano wpływu pandemii COVID-19) średnia kontrybucja^[1] sklepu PEP&CO do wyników Grupy wynosiła 235.000 euro. Zaledwie jeden sklep otwarty dłużej niż 12 miesięcy przynosił Grupie straty, ponieważ przez pewien czas nieczynny był znajdujący się w tym samym centrum handlowym sklep spożywczy (co spowodowało mniejszy ruch klientów w tym centrum).

^[1] Definiowana jako średni zysk sklepu nie licząc kosztów centralnych, nieprzypisanych bezpośrednio do sklepu, deprecjacji, amortyzacji, odsetek od kredytów i podatków.

- Zwroty finansowe na inwestycjach w sklepy PEPCO są bardzo atrakcyjne. W Polsce sklep PEPCO uzyskuje zwrot (już po opłaceniu podatków) w ciągu 17 miesięcy. Z uwagi na jednorodną strukturę oferty dla klientów i działalności sklepów podobne lub lepsze rezultaty udaje się uzyskiwać na rynkach eksportowych, takich jak Czechy, Węgry, czy Słowacja.

Sprawdzona strategia rozwoju PEPCO we Włoszech i w Serbii

- PEPCO otworzyło niedawno pierwsze sklepy w Europie Zachodniej (we Włoszech) i pierwsze sklepy poza Unią Europejską (w Serbii).
- W każdej z tych nowych lokalizacji sprzedaż okazywała się znacząco lepsza niż zakładały to wewnętrzne prognozy Grupy, dopóki nie zostały wprowadzone restrykcje związane z walką z COVID-19.
- We Włoszech widać zdecydowanie efektywność oferty dla klientów Grupy skierowanej do konsumentów w Europie Zachodniej. Marka zadomowiła się na rynku błyskawicznie dzięki ofercie ubrań dla dzieci i widocznej przewadze cenowej, osiągając znacząco wyższą wartość średniej transakcji (80%) niż w przypadku średniej historycznej dla PEPCO.
- Serbia pokazała zdolność Grupy do rozwoju poza UE i znacząco większy wolumen oraz wielkość przeciętnego koszyka zakupów klientów w porównaniu ze średnią historyczną PEPCO.

Istniejące i priorytetowe nowe rynki zapewniają PEPCO i Dealz wzrost w horyzoncie 20 lat

- Opierając się na potwierdzonych zewnętrznie analizach dotyczących sąsiedztwa potencjalnych nowych sklepów, istnieje możliwość zapewnienia znaczącego, długoterminowego i charakteryzującego się niskim ryzykiem, dalszego wzrostu sieci sklepowych PEPCO i Dealz. W tej chwili zidentyfikowanych zostało 8.000 geograficznych obszarów, gdzie mogłyby powstać nowe sklepy. Przy obecnym tempie ekspansji, zapewniałoby to 20 lat przyszłego rozwoju.
- Ponad 4.300 miejsc na nowe sklepy znajduje się na rynkach, gdzie powyższe marki już są obecne.
- Grupa dostrzega szanse na otwarcie około 6.000 sklepów PEPCO, zarówno na obecnych i na nowych rynkach, zwłaszcza w Europie Zachodniej.
- Grupa zidentyfikowała też miejsca, gdzie otworzyć można kolejnych 2.000 sklepów Dealz, przede wszystkim w rejonach, gdzie marka jest już obecna, a także w ich okolicach. Duże możliwości rozwoju na rynkach, gdzie klienci nie zapoznali się dotąd z podobną ofertą istnieją w Europie Środkowo-Wschodniej.
- Zarząd uważa, że do zagospodarowania jest rynek równy wielkością Stanom Zjednoczonym. Nawet w porównaniu do obecnie realizowanego planu rozwoju istnieją jeszcze znaczące dalsze możliwości ekspansji. Dla przykładu Dollar General w USA ma obecnie 16.000 sklepów, a plan zakłada zwiększenie ich liczby do 30.000.

Wyjątkowy profil finansowy i znakomite dotychczasowe osiągnięcia

- Przychody i EBITDA² wzrosły w okresie 29 miesięcy bezpośrednio poprzedzających wpływ pandemii COVID-19 w marcu 2020 r. o odpowiednio 12% i 22%.
- PEPCO realizowało konsekwentnie wzrost powyżej 6% w kategoriach porównywalnych LFL, w każdym z trzech minionych lat.
- Wzrost przychodów był efektem zwiększania liczby sklepów o 13% rocznie jak również konsekwentnego wzrostu przychodów porównywalnych LFL, gdzie prym wiodło PEPCO.
- Wysoki wzrost osiągnięty dzięki inwestycjom strategicznym w infrastrukturę. Wzrost podstawowego wyniku EBITDA wyniósł ponad 22%, porównując rok finansowy 2019 z okresem 12 miesięcy poprzedzających luty 2020 r., przy czym marża podstawowej EBITDA na poziomie Grupy wzrosła o 185 punktów bazowych. Najwyższą marżę w sektorze legitymowało się PEPCO – ponad 16%.
- Kolejnym przykładem pokazującym siłę modelu biznesowego Grupy jest współczynnik konwersji wolnych przepływów pieniężnych ze średnią konwersją, po sfinansowaniu strategicznych inwestycji kapitałowych, sięgająca 60%, zanim nie pojawił się negatywny wpływ pandemii COVID-19.
- Grupa uważa też, że długoterminowo będzie beneficjentem zmiany nawyków konsumentów, którzy zwracają się ku kanałom dyskontowym. Przedłużająca się niepewność ekonomiczna będąca następstwem kryzysu wywołanego przez COVID-19 tylko ten trend wzmocni. Grupa uważa, że w krótkim terminie, jej zdywersyfikowana oferta dla klientów pozwoliła jej uzyskać odporność na negatywny wpływ COVID-19 na warunki handlowe.

² Podstawowa EBITDA obliczana jest nie uwzględniając zmian w MSSF 16

Bardzo doświadczony zespół zarządzający

- Znaczący wzrost uzyskany przez Grupę był zasługą jej kluczowego, centralnego zespołu zarządzającego, wspieranego przez silny zespół liderów pracujących nad realizacją strategii we wszystkich częściach Grupy, dysponujący wieloletnim doświadczeniem w branży detalicznej (którzy łącznie reprezentują ponad 200 lat doświadczenia), w tym dogłębną znajomością rynków lokalnych, na których działa Grupa.
- Bardzo wysokie kwalifikacje zarządu i lokalnych zespołów menedżerów ma swoje odzwierciedlenie w sukcesie realizowanej strategii organicznego wzrostu poprzez stałą rozbudowę sieci sklepów, a także wykorzystanie doświadczenia w zakresie zakupów i współpracy z dostawcami, mającego na celu dostarczenie klientom najlepszej oferty na rynku.
- Grupa zamierza przyjąć rygorystyczne, wysokie standardy zarządzania. Mianuje pięciu nowych dyrektorów niewykonawczych, w tym ich przewodniczącego. Grupa ta wesprze Pepco istotnym doświadczeniem biznesowym i korporacyjnym uzyskanym na wielu rozwiniętych i rozwijających się rynkach. Będzie również wsparciem w sprawach związanych z polityką organów publicznych, regulacji i szeroko pojętych spraw publicznych.

BIEŻĄCE WYNIKI

W okresie sześciu miesięcy do 31 marca 2021 r. wzrost przychodów Grupy wyniósł 4,4%, co było efektem otwarcia 225 nowych sklepów netto w pierwszym półroczu, w tym 129 pod marką PEPCO, 27 Dealz oraz 69 pod szyldem Poundland (wliczając w to sieć Fultons Foods przejętą w październiku 2020 r.).

Wzrost jaki został wygenerowany przez zwiększenie liczby sklepów został zneutralizowany przez krótkotrwały efekt pandemii COVID-19 w postaci zamknięcia sklepów, opisany powyżej. Wzrost LFL sklepów działających³ osiągnął około 5% na przestrzeni pół roku w każdym z segmentów, gdzie liderem było PEPCO, w której to sieci sklepy szybko wracały do normalnych poziomów sprzedaży po ponownym otwarciu.

KLUCZOWE ELEMENTY OFERTY

W przypadku podjęcia decyzji o przeprowadzeniu Oferty przez Grupę oczekuje się, że będzie ona przeprowadzona w następującej strukturze:

- Planowana Oferta składać się będzie ze sprzedaży istniejących akcji przez obecnych akcjonariuszy.
- Intencją Grupy i jej akcjonariuszy jest zapewnienie znaczącego poziomu akcji pozostających w wolnym obrocie (*free float*), na poziomie co najmniej 15%.
- Żadne wpływy z Oferty nie trafią do Spółki.
- Planuje się złożenie wniosków o dopuszczenie oraz wprowadzenie akcji do obrotu na rynku regulowanym (podstawowym) Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.
- Oferta składać się będzie z: (i) oferty publicznej na terytorium Polski ("**Oferta Publiczna w Polsce**"), obejmującej: (a) ofertę dla inwestorów indywidualnych oraz (b) ofertę dla inwestorów instytucjonalnych; (ii) oferty w Stanach Zjednoczonych dla wybranych kwalifikowanych inwestorów instytucjonalnych, zgodnie z definicją w Regule 144A i na jej podstawie, lub na podstawie innego zwolnienia lub w ramach transakcji niepodlegającej wymogom rejestracyjnym amerykańskiej ustawy o papierach wartościowych z 1933 roku, z późn. zm. („**Amerykańska Ustawa o Papierach Wartościowych**”); oraz (iii) oferty dla wybranych innych inwestorów instytucjonalnych poza Stanami Zjednoczonymi i Polską, zgodnie z Regulacją S na podstawie Amerykańskiej Ustawy o Papierach Wartościowych. Oferta Publiczna w Polsce przeprowadzana będzie wyłącznie na terytorium Polski.
- Spółka i Główny Akcjonariusz Sprzedający zamierzają przydzielić inwestorom indywidualnym w Polsce do 5% łącznej liczby Akcji Oferowanych.

Zasady ładu korporacyjnego i inne zagadnienia dotyczące Rady Dyrektorów zostaną opisane w Prospekcie, gdy zostanie on opublikowany. Lista proponowanych członków Rady Dyrektorów zamieszczona jest na dole niniejszego ogłoszenia i zawiera pięć nowych niewykonawczych dyrektorów oraz przewodniczącego Rady Dyrektorów. Skład Rady Dyrektorów ma zapewnić rygorystyczne i wiarygodne standardy zarządcze.

³ Sklepy działające to sklepy (i) otwarte dłużej niż 12 miesięcy na początku okresu porównawczego i (ii) prowadzące sprzedaż w czasie każdego tygodnia finansowego lub odpowiadającego mu okresu, bez względu na inne restrykcje takie jak zamknięcia na część tygodnia, ograniczenia w liczbie klientów, mogących wchodzić do sklepu i ograniczenie oferty dla klientów.

Ponadto, w celu zrefinansowania istniejącego zadłużenia Grupy wynikającego z obowiązujących umów kredytów oraz pożyczki od akcjonariusza, podmioty z Grupy zawarły z konsorcjum instytucji finansowych nową umowę kredytów senioralnych (ang. senior facilities agreement), na podstawie której po Dopuszczeniu (ang. Admission) podmiotom z Grupy zostaną udostępnione zabezpieczone kredyty terminowe w łącznej wysokości do 550 milionów euro oraz zabezpieczony kredyt obrotowy w łącznej wysokości do 190 milionów euro (lub jej ekwiwalentu w innych walutach).

Grupa zaangażowała Goldman Sachs Bank Europe i J.P. Morgan jako globalnych koordynatorów i współprowadzących księgę popytu; Barclays Bank Ireland PLC, BM PKO BP i Santander Bank Polska S.A. jako współprowadzących księgę popytu; Pekao Investment Banking S.A. oraz Bank Polska Kasa Opieki S.A. - Biuro Maklerskie Pekao jako współzarządzających księgą popytu oraz ING Bank N.V. i Trigon Dom Maklerski S.A. jako współmenedżerów oferty.

Grupa zaangażowała The Deal Team jako menedżera transakcji IPO (IPO Transaction Manager).

Zapytania

W celu uzyskania dalszych informacji prosimy o kontakt:

Finsbury (Londyn)

Rollo Head	+44 (0) 7768 994 987
James Thompson	+44 (0) 7947 796 965

NBS Communications (Warszawa)

Anna Krajewska i Piotr Wojtaszek	+48 22 826 74 18
----------------------------------	------------------

Zapytania do Pepco:

Mat Ankers, Relacje Inwestorskie	+44 (0) 7860 518 472
Nick Wharton, CFO, finanse Grupy	+44 (0) 203 735 9210

Goldman Sachs International (Globalny Koordynator i Współprowadzący Księgę Popytu)

Richard Cormack / Milan Hasecic / Sara Hanlon / Laura Vincent
+44 (0) 207 774 1000

J.P. Morgan (Globalny Koordynator i Współprowadzący Księgę Popytu)

Toby Radford / Barry Meyers / Thomas Christl
+44 (0) 207 742 4000

PODSUMOWANIE DANYCH FINANSOWYCH

Poniższe informacje finansowe na dzień i za lata obrotowe zakończone 30 września 2018 r., 2019 r. i 2020 r. oraz na dzień i za okresy trzech miesięcy zakończone 31 grudnia 2019 r. i 2020 r. przedstawione w niniejszym ogłoszeniu, w tym odniesienia do Spółki w poniższej tabeli, dotyczą Pepco Group Limited, chyba że zaznaczono inaczej.

Miliony euro, o ile nie zaznaczono inaczej	Rok zakończony 30 września			12 m-cy do 29 lutego ⁴	3 m-ce zakończone 31 grudnia	
	2018	2019	2020	2020	2019	2020
Zysk operacyjny	107,2	257,8	120,0	274,4	152,3	160,2
Amortyzacja oraz utrata wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych.....	67,3	78,0	90,6	78,2	20,2	25,6
Amort. skl. aktywów z tyt. prawa do użytkowania ⁽³⁾	-	-	199,8	85,4	48,6	53,2
Utrata wartości innych wartości niematerialnych....	2,6	-	-	-	-	-
Utrata wartości.....	112,8	-	-	-	-	-
Strata na sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych oraz aktywów niematerialnych i prawnych.....	2,1	2,3	0,2	-	-	-
Pozostałe koszty	-	-	12,1	11,3	0,6	0,1
Amortyzacja wkładów kapitałowych z tytułu leasingu nieruchomości.....	(7,4)	(5,3)	-	-	-	-
Działalność zaniechana ⁽¹⁾	(7,3)	-	-	-	-	-
EBITDA	277,3	332,8	422,6	449,3	221,6	239,1
Składniki niepodstawowe	-	-	19,7	5,5	3,3	3,3
Korekty do MSSF 16 ^(2,3)	-	-	(213,4)	(100,7)	(56,4)	(58,9)
Podstawowa EBITDA	277,3	332,8	228,9	354,1	168,5	183,6
Przychody	3.038,1	3.415,1	3.517,9	3.658,9	1.142,7	1.187,8
Marża podstawowej EBITDA (%)	9,1	9,7	6,5	9,7%	14,7	15,5

Uwagi:

- (1) Pozycje wykazane w uzgodnieniu między zyskiem operacyjnym a EBITDA obejmują działalność zaniechaną. Ponieważ prezentowany zysk operacyjny i EBITDA dotyczą wyłącznie działalności kontynuowanej, amortyzacja i utrata wartości odnoszące się do działalności zaniechanej są wówczas wyłączone w jednej linii.
- (2) Korekty do MSSF 16 polegają na uwzględnieniu kosztów użytkowania sklasyfikowanych jako spłaty leasingowe zgodnie z MSSF 16. Korekta ta ma na celu zapewnienie porównywalności z poprzednimi okresami, które zostały zaprezentowane zgodnie z MSR 17.
- (3) W ostatnich 12 miesiącach do dnia 29 lutego 2020 r. jedynie okres 5 miesięcy uwzględniał wpływ MSSF 16, ponieważ MSSF 16 został przyjęty przez Grupę po raz pierwszy 1 października 2019 r.
- (4) LTM oznacza Ostatnie 12 miesięcy do dnia 29 lutego 2020 r. Dane nieaudytowane.

STRUKTURA RADY DYREKTORÓW

Poniższe osoby będą tworzyły Radę Dyrektorów Pepco Group w dniu pierwszego notowania akcji Spółki;

Richard Burrows – Przewodniczący Rady Dyrektorów, był od 2009 roku prezesem British American Tobacco (BAT), globalnej firmy tytoniowej. Wnosi ogromne doświadczenie biznesowe, zarządcze, jak również z zakresu biznesów konsumenckich. Obecnie pełni też funkcję dyrektora w Carlsberg, gdzie przewodzi komitetowi wynagrodzeń. Jest także członkiem komitetów audytu i nominacji. W czasie swej kariery biznesowej pracował głównie w sektorze markowych napojów, gdzie jednym z jego wielu osiągnięć było stworzenie od podstaw i wczesny rozwój Jameson Irish Whiskey. Richard był dyrektorem generalnym, a później prezesem Irish Distillers, zaś następnie współzałożycielem Pernod Ricard z siedzibą w Paryżu. Był także prezesem Bank of Ireland w latach 2006-2009.

Andy Bond – Dyrektor Generalny (CEO), był od 2012 roku doradcą w sprawach działalności dawnej grupy Pepkor SA, a następnie współtworzył Pepkor Europe jako jeden z inwestorów założycieli w 2015 roku, gdzie następnie został Dyrektorem Generalnym (CEO). Andy ma za sobą długą karierę w branży detalicznej, głównie w sektorze dyskontowym. Był dyrektorem generalnym a następnie prezesem Asda w latach 2005-2010, by następnie objąć stanowisko przewodniczącego spółki w roku 2010. Wcześniej, w swej 16-letniej karierze, Andy był dyrektorem marketingu korporacyjnego, a także dyrektorem zarządzającym firmy odzieżowej George. Andy jest obecnie prezesem niewykonawczym w firmie Missguided Ltd.

Nick Wharton – Dyrektor finansowy (CFO), dołączył do Grupy jako jej dyrektor finansowy w 2018 roku. Ma 20-letnie doświadczenie w sektorze detalicznym, zarówno w Wielkiej Brytanii, jak i poza jej granicami, a także znaczące doświadczenie w spółkach publicznych. Był CFO Superdry oraz Halfords Group, jak również prezesem Dunelm Group. Nick jest też obecnie niewykonawczym dyrektorem i przewodniczącym komitetu audytu w firmie AG Barr Plc. Nick jest certyfikowanym księgowym. Wcześniej, w trakcie swej kariery pracował na finansowych i międzynarodowych stanowiskach w The Boots Company i Cadbury Schweppes.

Grażyna Piotrowska-Oliwa – Dyrektor niewykonawczy, ma duże doświadczenie zarówno w sektorze publicznym jak i w biznesie, zarówno w Polsce, jak i w Europie Środkowo-Wschodniej. Na początku swojej kariery pracowała przez cztery lata w Ministerstwie Skarbu Państwa, gdzie kierowała dwoma odrębnymi departamentami. Ma doświadczenie w zarządzaniu firmami z indeksu WIG20. Przez 20 lat pełniła kierownicze funkcje w takich przedsiębiorstwach jak Telekomunikacja Polska i PTK Centertel (obecnie Orange Polska); PZU (w radzie nadzorczej); PKN Orlen i PGNiG. Ostatnio przez pięć lat była prezesem zarządu Virgin Mobile Poland, doradzała też prywatnym spółkom i funduszom private equity.

María Fernanda Mejía – Dyrektor niewykonawczy, ma rozległe doświadczenie i wiedzę w zakresie zarządzania, w tym w rozwoju strategicznym, operacyjnym, łańcuchów dostaw i rozwoju talentów. Przez ponad osiem lat, do lutego 2020 r. była menedżerem i członkiem komitetu wykonawczego Kellogg Company, by na koniec kariery w tej firmie objąć stanowiska Senior wice-Prezydenta i Prezydenta Kellogg Latin America. Wcześniej, María Fernanda pracowała 23 lata w Colgate-Palmolive Company w dziale globalnego marketingu, a także pełniąc wysokie funkcje zarządcze na rynkach rozwijających się i rozwiniętych. Dodatkowo María Fernanda jest też dyrektorem niewykonawczym w Bunzl, gdzie jest członkiem komitetów audytu, wynagrodzeń i nominacyjnego. Dodatkowo od stycznia 2021 r. pracuje w Grocery Outlet, amerykańskiej sieci dyskontowej jako dyrektor niewykonawczy, a także członek komitetów audytu i ryzyka.

Pierre Bouchut – Dyrektor niewykonawczy i przewodniczący komitetu audytu i ryzyka. Był prezes francuskiej grupy spożywczej Casino, ma szerokie doświadczenie międzynarodowe. Pełnił funkcje finansowe. Piastował stanowiska w europejskich sektorach detalicznym i nieruchomości. Doświadczenie Pierre'a w zarządzaniu dużymi notowanymi spółkami daje mu głęboką wiedzę na temat tego jak strategiczne zmiany mogą wpływać na sektory detaliczny i nieruchomości. Obecnie jest dyrektorem niewykonawczym i przewodniczącym komitetu audytu w Firmenich; niezależnym dyrektorem i przewodniczącym komitetu audytu w Entain (dawniej GVC Holdings); dyrektorem i przewodniczącym komitetów audytu, ryzyka i księgowości w Albioma oraz dyrektorem niewykonawczym w GeoPost.

Brendan Connolly – Dyrektor niewykonawczy i przewodniczący komitetu wynagrodzeń, wnosi do Pepco Group szeroką wiedzę operacyjną, handlową oraz strategiczną. Jest dyrektorem niewykonawczym w Victrex i Synthomer, gdzie pełni też funkcję Niezależnego Dyrektora oraz przewodniczącego komitetu wynagrodzeń. Brendan ma ponad 30 lat doświadczenia w sektorze paliw oraz w branży testów i inspekcji. Był wysokiej rangi managerem w Intertek Group – wcześniej był prezesem Moody International, firmy przejętej przez Intertek w

2011 r. Brendan był dyrektorem zarządzającym w Atos w Wielkiej Brytanii, pracował też ponad 25 lat w koncernie Schlumberger na różnych międzynarodowych stanowiskach.

Neil Brown – Dyrektor niewykonawczy, ma szerokie globalne doświadczenie w restrukturyzacji, private equity i rozwiązywaniu sporów, a także szerokie doświadczenie w zarządzaniu międzynarodowymi firmami handlowymi. Piastował stanowiska prezesa, dyrektora, członka komitetów w takich międzynarodowych firmach jak Magma Fincorp India, Iceland Foods i Islandsbanki. Wcześniej Neil pomagał zbudować finansowy sukces działu usług finansowych Apax Partners. Był specjalnym doradcą Senior Oversight Committee of the Asset Protection Scheme, grupy stanowiącej ramię wykonawcze brytyjskiego ministerstwa finansów. Neil jest certyfikowanym księgowym i byłym partnerem w zakresie finansów korporacyjnych w PwC i Deloitte.

Helen Bouygues – Dyrektor niewykonawczy, zaczęła swą karierę w 1995 r. w J.P. Morgan w dziale M&A w Nowym Jorku i Hong Kongu. W latach 2000-2004 pracowała w Cogent Communications Inc. jako dyrektor generalny, dyrektor finansowy i skarbnik, by następnie zostać partnerem w Alvarez & Marsal Paris. W 2010 r. otworzyła własną firmę konsultingową specjalizującą się w restrukturyzacji przedsiębiorstw i transformacji. Od 2014 r. do 2017 r. była partnerem odpowiedzialnym za dział Usług Odbudowy i Transformacji w McKinsey & Company w Paryżu, a następnie skupiła się na dalszej karierze jako doradca strategiczny zarządów w wielu firmach.

Paul Soldatos – Dyrektor nie wykonawczy, jest członkiem rady i wysokiej rangi doradcą w sektorach przemysłowym, usługowym oraz detalicznym. Ma międzynarodowe doświadczenie w obszarze przejęć i akwizycji, ocenach strategicznych, transformacji organizacyjnej i restrukturyzacji finansowej firm z rynków Stanów Zjednoczonych i Europy. Obecnie jest prezesem w Steenbok Newco 3 (spółka holdingowa w ramach Steinhoff group), przewodniczącym i członkiem komitetów audytu i wynagrodzeń w Stripes Holdings, Inc (Mattress Firm), dyrektorem niewykonawczym oraz członkiem komitetów zarządczego i wynagrodzeń w McDermott International, Ltd. Wcześniej pracował w radach Gucci Group N.V., Saks Holdings, Inc., Convenience Food Systems BV and Evoca S.p.A. Dodatkowo Paul był partnerem i członkiem komitetu zarządczego w AEA Investors LP w londyńskim biurze AEA.

Treść niniejszego ogłoszenia została przygotowana przez Grupę i Grupa ponosi za nie wyłączną odpowiedzialność. Niniejsze ogłoszenie jest reklamą, a nie prospektem dla celów Rozporządzenia UE 2017/1129.

Informacje zawarte w niniejszym ogłoszeniu mają charakter wyłącznie poglądowy i mogą nie być pełne i kompletne. Informacje zawarte w niniejszym ogłoszeniu mogą ulec zmianie i nie mogą być wykorzystywane jako podstawa dla jakichkolwiek decyzji czy celów ani nie należy polegać na ich rzetelności, prawidłowości ani kompletności.

Niniejsze ogłoszenie nie podlega publikacji ani dystrybucji, bezpośrednio czy pośrednio, na terytorium lub do Stanów Zjednoczonych Ameryki. Niniejsze ogłoszenie oraz związana z nim oferta papierów wartościowych mogą być ograniczone przepisami prawa w określonych jurysdykcjach, a odbiorcy niniejszego ogłoszenia powinni zasięgnąć informacji o takich ograniczeniach oraz ich przestrzegać. Nieprzestrzeganie wspomnianych ograniczeń może stanowić naruszenie przepisów prawa dotyczących papierów wartościowych w danej jurysdykcji.

Niniejsze ogłoszenie nie stanowi ani nie jest częścią oferty lub zaproszenia do sprzedaży lub emisji Akcji lub innych papierów wartościowych, ani próby pozyskania oferty kupna lub zapisu na Akcje lub inne papiery wartościowe. W związku z tym ani niniejsze ogłoszenie, ani żadna jego część, ani fakt jego rozpowszechniania, nie stanowią podstawy ani nie można się na nich opierać w związku z jakąkolwiek umową.

Inwestorzy powinni nabywać lub zapisywać się na akcje, o których mowa w niniejszym ogłoszeniu, wyłącznie na podstawie informacji zawartych w Prospekcie, który może zostać opublikowany przez Spółkę w odpowiednim momencie w związku z Ofertą i Dopuszczeniem. Przed złożeniem zapisu na Akcje lub ich nabyciem czytający niniejsze ogłoszenie powinni upewnić się, że w pełni rozumieją i akceptują czynniki ryzyka określone w Prospekcie w momencie jego publikacji.

Niniejsze ogłoszenie nie zawiera ani nie stanowi oferty ani zaproszenia do składania ofert kupna Akcji ani innych papierów wartościowych do Stanów Zjednoczonych Ameryki, Kanady, Australii, Japonii, Republiki Południowej Afryki ani do żadnej innej jurysdykcji, w której taka oferta lub zaproszenie są niezgodne z prawem. Akcje, o których mowa w niniejszym ogłoszeniu, nie mogą być oferowane ani sprzedawane na terenie Stanów

Zjednoczonych Ameryki, chyba że zostaną zarejestrowane na podstawie Amerykańskiej Ustawy o Papierach Wartościowych lub zaoferowane w ramach transakcji zwolnionej z wymogów rejestracyjnych określonych w Amerykańskiej Ustawie o Papierach Wartościowych albo nie podlegającej takim wymogom. Oferta i sprzedaż Akcji, których dotyczy niniejsze ogłoszenie, nie zostały ani nie zostaną zarejestrowane zgodnie z Amerykańską Ustawą o Papierach Wartościowych ani odpowiednimi przepisami dotyczącymi papierów wartościowych, obowiązującymi w Australii, Kanadzie, Japonii lub Republice Południowej Afryki. Z zastrzeżeniem określonych wyjątków Akcje nie mogą być oferowane ani sprzedawane w Australii, Kanadzie, Japonii ani Republice Południowej Afryki, ani też na rzecz lub na rachunek obywateli Australii, Kanady, Japonii lub Republiki Południowej Afryki lub osób posiadających miejsce stałego zamieszkania lub siedzibę w tych krajach. W Stanach Zjednoczonych Ameryki, Australii, Kanadzie, Japonii ani Republice Południowej Afryki nie zostanie przeprowadzona oferta publiczna papierów wartościowych opisana w niniejszym ogłoszeniu.

Niniejsze ogłoszenie jest przeznaczone i skierowane wyłącznie do osób w Rzeczypospolitej Polskiej (**Polska**) będących osobami fizycznymi, osobami prawnymi i jednostkami organizacyjnymi nie posiadającymi osobowości prawnej (**Polscy Inwestorzy Indywidualni**) oraz inwestorami instytucjonalnymi (**Polscy Inwestorzy Instytucjonalni**), zgodnie z amerykańską Regulacją S wydaną na podstawie Amerykańskiej Ustawy o Papierach Wartościowych z roku 1933 z późniejszymi zmianami (**Amerykańska Ustawa o Papierach Wartościowych**), oraz do osób w krajach członkowskich Europejskiego Obszaru Gospodarczego (**Kraje Członkowskie**) innych niż Polska, będących „inwestorami kwalifikowanymi” w rozumieniu art. 2(e) Rozporządzenia Prospektowego (Rozporządzenie (UE) 2017/1129) (**Inwestorzy Kwalifikowani**). W Wielkiej Brytanii niniejsze ogłoszenie jest rozpowszechniane tylko do i będzie przeznaczone jedynie dla inwestorów kwalifikowanych w rozumieniu art. 2(e) Rozporządzenia Prospektowego, stanowiącego część prawa Wielkiej Brytanii na mocy ustawy o wystąpieniu z Unii Europejskiej z 2018 r. (ang. the European Union (Withdrawal) Act 2018), ze zmianami i uzupełnieniami (obejmującymi brytyjskie rozporządzenia w sprawie zmian dotyczących prospektów z 2019 r. (ang. Prospectus Amendment Regulations 2019) oraz rozporządzenie prospektowe z 2019 r. do ustawy o usługach i rynkach finansowych z 2000 r. (ang. Financial Services and Market Act 2000 (Prospectus) Regulation 2019)), którzy są osobami posiadającymi doświadczenie zawodowe w sprawach dotyczących inwestycji i są objęci definicją „profesjonalnych inwestorów” w rozumieniu artykułu 19(5) zarządzenia w sprawie promocji finansowej z 2005 roku do ustawy o usługach i rynkach finansowych z 2000 r. (ang. the Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005) („**Zarządzenie**”), lub którzy są osobami prawnymi o wysokiej wartości netto, nie posiadającymi osobowości prawnej stowarzyszeniami i spółkami osobowymi o wysokiej wartości netto lub powiernikami funduszy o wysokiej wartości netto, objętymi postanowieniami artykułu 49(2)(a) do (d) Zarządzenia, oraz innymi osobami, którym tego rodzaju ogłoszenie może być przekazane (wszystkie takie osoby zwane są dalej łącznie „**Właściwymi Osobami**”). Wszelkie inwestycje lub działalność inwestycyjna, której dotyczy niniejsze ogłoszenie, są dostępne wyłącznie dla Polskich Inwestorów Indywidualnych i Polskich Inwestorów Instytucjonalnych w Polsce, Inwestorów Kwalifikowanych w Państwach Członkowskich innych niż Polska oraz Właściwych Osób w Wielkiej Brytanii i będą realizowane wyłącznie z tymi osobami. Osoby nie będące Polskimi Inwestorami Indywidualnymi ani Polskimi Inwestorami Instytucjonalnymi (w Polsce), Inwestorami Kwalifikowanymi (w Państwach Członkowskich innych niż Polska) ani Właściwymi Osobami (w Wielkiej Brytanii) nie powinny podejmować działań w związku z niniejszym ogłoszeniem lub jego treścią ani opierać się na nim.

Niniejsze ogłoszenie zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości, które opierają się na obecnych oczekiwaniach lub przekonaniach, a także założeniach dotyczących wydarzeń przyszłych. Stwierdzenia dotyczące przyszłości można rozpoznać w ten sposób, że nie odnoszą się one jedynie do faktów z przeszłości lub teraźniejszości. Ponadto można je rozpoznać poprzez użycie terminów dotyczących przyszłości, a w szczególności: „przewidywać”, „target”, „oczekiwać”, „oszacować”, „zamierzać”, „planować”, „cel”, „sądzić”, „będzie”, „może”, „powinien”, „byłby”, „mógłby”, „jest przeświadczony”, a także tych samych terminów użytych w formie przeczącej lub innych formach, słów o podobnym znaczeniu lub porównywalnej terminologii, a także omówienia planów strategicznych, celów, przyszłych wydarzeń lub intencji. Stwierdzenia dotyczące przyszłości mogą i często różnią się istotnie od rzeczywistych wyników. Nie należy nadmiernie opierać się na takich stwierdzeniach, ponieważ wyrażane są one jedynie na dzień wydania ogłoszenia i odzwierciedlają obecne stanowisko Pepco na temat rozwoju wydarzeń w przyszłości. Stwierdzenia dotyczące przyszłości ze swej natury obarczone są szeregiem znanych i nieznanymi czynnikami ryzyka dotyczącymi przyszłych wydarzeń, a także innych czynników ryzyka, niepewności oraz założeń dotyczących działalności Grupy, wyników operacyjnych, sytuacji finansowej, płynności, perspektyw, rozwoju i strategii oraz mogą podlegać innym czynnikom, w wyniku których rzeczywiste wyniki, plany i cele Pepco będą się

istotnie różnić od wyników, planów i celów określonych lub sugerowanych w stwierdzeniach dotyczących przyszłości.

Każdy ze współprowadzących księgę popytu, tj. Goldman Sachs Bank Europe SE, J.P. Morgan A.G., Barclays Bank Ireland PLC, PKO Bank Polski S.A. i Santander Bank Polska S.A. – Santander Biuro Maklerskie (łącznie i osobno: „Współprowadzący Księgę Popytu”) wraz z ich odpowiednimi podmiotami powiązanymi wyraźnie wyłączają wszelkie obowiązki lub zobowiązania w zakresie aktualizowania, weryfikowania lub korygowania jakichkolwiek stwierdzeń dotyczących przyszłości zawartych w niniejszym ogłoszeniu, tak w przypadku powstania nowych informacji, jak i zajścia przyszłych zdarzeń lub w innych przypadkach.

Zakup Akcji w ramach planowanej Oferty powinien być dokonywany wyłącznie na podstawie informacji zawartych w ostatecznej wersji Prospektu, która zostanie opublikowana przez Spółkę w związku z Ofertą. Informacje zawarte w niniejszym ogłoszeniu mogą ulec zmianie. Zatwierdzenie Prospektu nie należy rozumieć jako poparcia dla nabywania akcji Spółki oferowanych w ramach Oferty i podlegających Dopuszczeniu.

Na harmonogram Oferty, w tym na datę Dopuszczenia, mogą mieć wpływ takie czynniki jak warunki rynkowe. Nie ma gwarancji, że dojdzie do Dopuszczenia, nie należy zatem opierać swoich decyzji finansowych na tym etapie na zamiarach Pepco w odniesieniu do Dopuszczenia. Dokonanie inwestycji, których dotyczy niniejsze ogłoszenie, może narazić inwestora na znaczne ryzyko utraty całej zainwestowanej kwoty. Osoby rozważające dokonanie takich inwestycji powinny skonsultować się z uprawnioną osobą specjalizującą się w doradztwie w zakresie takich inwestycji. Niniejsze ogłoszenie nie stanowi rekomendacji dotyczącej Oferty. Cena akcji może spaść lub wzrosnąć. Potencjalni inwestorzy powinni skonsultować się z profesjonalnym doradcą w sprawie tego, czy Oferta jest odpowiednią inwestycją dla danej osoby.

W związku z Ofertą Akcji Współprowadzący Księgę Popytu oraz ich podmioty powiązane mogą objąć część Akcji w ramach Oferty jako pozycję główną i w związku z tym mogą zachować, nabyć lub zbyć na własny rachunek takie Akcje oraz wszelkie papiery wartościowe Pepco lub powiązane z nimi inwestycje, a także oferować zbycie takich papierów wartościowych lub innych inwestycji w związku z Ofertą lub w inny sposób. W związku z tym, odniesienia w Prospekcie, po jego publikacji, do emisji, oferowania, składania zapisów, nabywania, plasowania lub obrotu Akcjami należy rozumieć jako obejmujące emisję, ofertę, składanie zapisów, nabycie, plasowanie lub obrót Akcjami przez któregokolwiek z Współprowadzących Księgę Popytu oraz któregokolwiek z ich podmiotów powiązanych działających w tym charakterze. Ponadto Współprowadzący Księgę Popytu oraz ich podmioty powiązane mogą zawierać kontrakty finansowe (w tym swapy, warranty i kontrakty na różnice kursowe) z inwestorami, w związku z którymi tacy Współprowadzący Księgę Popytu (lub ich podmioty powiązane) mogą okresowo nabywać, posiadać lub zbywać akcje. Współprowadzący Księgę Popytu nie zamierzają ujawniać zakresu takich inwestycji lub transakcji inaczej niż w wykonaniu obowiązku prawnego lub regulacyjnego.

Żaden ze Współprowadzących Księgę Popytu ani ich dyrektorów, członków organów, pracowników, doradców lub pełnomocników nie przyjmuje jakiegokolwiek odpowiedzialności z tytułu – ani nie składa, wprost lub w sposób dorozumiany, żadnych oświadczeń ani zapewnień w przedmiocie – prawdziwości, rzetelności lub kompletności informacji zawartych w niniejszym ogłoszeniu (ani w przedmiocie tego, czy jakiegokolwiek informacje zostały pominięte w niniejszym ogłoszeniu) albo innych informacji dotyczących Spółki lub podmiotów należących do jej grupy kapitałowej, niezależnie od tego, czy w formie pisemnej, ustnej, wizualnej czy elektronicznej oraz niezależnie od sposobu transmisji lub udostępnienia, jak również z tytułu jakichkolwiek szkód wynikających z wykorzystania niniejszego ogłoszenia lub jego zawartości albo powstałych w jakikolwiek sposób w związku z niniejszym ogłoszeniem lub jego zawartością.

W celu uniknięcia wątpliwości zawartość strony internetowej Grupy nie zostaje włączona poprzez odniesienie do niniejszego ogłoszenia i nie stanowi jego części.

Informacja dla Dystrybutorów: Wylącznie dla celów spełnienia wymogów w zakresie zarządzania produktami inwestycyjnymi określonych w: (a) dyrektywie 2014/65/UE w sprawie rynków instrumentów finansowych, ze zmianami („MiFID II”); (b) art. 9 i 10 dyrektywy delegowanej Komisji (UE) 2017/593 uzupełniającej MiFID II; oraz (c) krajowych środkach wykonawczych (łącznie, „Wymogi w zakresie zarządzania produktami MiFID II”), oraz z wyląčeniami odpowiedzialności z tego tytułu, niezależnie od tego, czy odpowiedzialność taka ma charakter kontraktowy, deliktowy czy jest oparta na innej podstawie prawnej, jaka mogłaby powstać z tego tytułu po stronie jakiegokolwiek „producenta” (dla celów Wymogów w zakresie zarządzania produktami MiFID II), Akcje będące

przedmiotem Oferty zostały poddane przeglądowi w ramach procesu zatwierdzenia produktów, po przeprowadzeniu którego stwierdzono, że Akcje są: (i) odpowiednie dla końcowego rynku docelowego inwestorów detalicznych oraz inwestorów, którzy spełniają kryteria klientów profesjonalnych oraz uprawnionych kontrahentów zgodnie z definicjami zawartymi w MiFID II; oraz (ii) kwalifikują się do dystrybucji za pośrednictwem wszystkich kanałów dystrybucji dozwolonych na podstawie MiFID II („Ocena Rynku Docelowego”). Niezależnie od Oceny Rynku Docelowego, dystrybutorzy powinni w szczególności zwrócić uwagę na to, że cena Akcji może spaść i inwestorzy mogą stracić część lub całość zainwestowanych środków; Akcje nie dają gwarancji uzyskania zysku ani ochrony kapitału; a inwestycja w Akcje jest odpowiednia jedynie dla inwestorów, którzy nie oczekują gwarancji uzyskania zysku ani ochrony kapitału oraz (samodzielnie lub wspólnie z odpowiednim doradcą finansowym lub innym doradcą) są w stanie ocenić zalety i ryzyka związane z taką inwestycją, oraz którzy posiadają wystarczające środki na pokrycie ewentualnych strat związanych z inwestycją. Ocena Rynku Docelowego nie ma wpływu na istnienie ograniczeń w sprzedaży wynikających z postanowień umownych, przepisów prawnych lub wymogów regulacyjnych w odniesieniu do Oferty. Stwierdza się ponadto, że bez względu na Ocenę Rynku Docelowego, Współprowadzący Księgę Popytu będą pozyskiwali wyłącznie inwestorów spełniających kryteria klientów profesjonalnych i uprawnionych kontrahentów. W celu uniknięcia wątpliwości Ocena Rynku Docelowego nie stanowi (a) oceny odpowiedniości i adekwatności dla celów MiFID II; ani (b) rekomendacji dla inwestora lub grupy inwestorów do inwestowania, nabycia lub podjęcia jakiejkolwiek czynności w odniesieniu do Akcji. Każdy dystrybutor jest odpowiedzialny za dokonanie własnej oceny rynku docelowego w odniesieniu do Akcji oraz za wybór odpowiednich kanałów dystrybucji.