Gdańsk, 01.07.2022 r.

Odpowiedzi na pytania akcjonariusza

1. **W sprawozdaniu Zarządu z działalności Grupy LOTOS S.A. (GL S.A.) oraz jej grupy kapitałowej za 2021 rok wykazano wydobycia węglowodorów na poziomie17 tys. boe/d (spadek od 43% do 64% w porównaniu z założeniami strategii Grupy LOTOS S.A.na lata2017-2022).**

   W ww. sprawozdaniu podano, że przyczyny niższej od zakładanej realizacji wolumenu wydobycia ropy i gazu są opóźnienia w uruchomieniu projektów YME i B8. Kiedy te projekty osiągną pełną moc produkcyjną?

   Niższy od założonego w Strategii wolumen wydobycia ropy i gazu wynika przede wszystkim z opóźnień w realizacji projektów wydobywczych, w tym m.in.:

   a) **zagospodarowanie złoża Yme w Norwegii**: uruchomienie wydobycia ze złoża (ang. First Oil) potwierdzono w październiku 2021 r., w stosunku do 3 kw. 2019 r. zakładanego w Strategii. Aktualnie złoże Yme znajduje się w końcowej fazie rozruchów na morzu, osiągnięcie pełnej mocy produkcyjnej planowane jest pod koniec 2022 roku.
   b) **zagospodarowanie złóż gazu ziemnego B4/B6 w Polsce**: projekt znajduje się na etapie przygotowania decyzji inwestycyjnej, podczas gdy w Strategii zakładano uruchomienie wydobycia ze złóż w roku 2020.
   c) **zagospodarowanie złoża B8 w Polsce**: przejęcie produkcji przez Centrum Produkcyjne Petrobaltic nastąpiło w trzecim kwartale 2020 r., w stosunku do czwartego kwartału 2017 r. zakładanego w Strategii. Aktualnie złoże B8 znajduje się w fazie podnoszenia ciśnienia złożowego poprzez zatłaczanie wody morskiej do złoża, osiągnięcie pełnej mocy produkcyjnej planowane jest pod koniec 2025 roku.

   Istotny wpływ na opóźnienia w realizacji projektów miały czynniki zewnętrzne, w tym pandemia Covid-19 i związane z tym perturbacje na rynku surowców oraz na rynku podwykonawców. Czynniki te spowodowały wstrzymania lub opóźnienia wielu projektów w branży wydobywczej, w tym również tych realizowanych w ramach Grupy Kapitałowej LOTOS.

2. **Jednym z kluczowych mierników, służących do oceny stopnia wdrożenia Strategii Grupy LOTOS S.A. na lata2017-2022 są nakłady inwestycyjne na poziomie 9,4 mld zł. w całym okresie objętym Strategią z czego w okresie 2017-2021 wydatkowano ok. 4,6 mld zł. Proszę o podanie ogłównych czynników mających wpływ na bardzo niski stopień realizacji zamierzeń -inwestycyjnych Spółki.**

   Celem Grupy Kapitałowej LOTOS jest wzrost wartości dla akcjonariuszy i innych grup interesariuszy. Realizowane poziomy CAPEX stanowią o sposobie realizacji tego celu i nie są celem samym w sobie. Na osiągnięcie tak wyznaczonego celu Grupa Kapitałowa LOTOS zaplanowała w strategii 9,4 mld PLN, z czego 3,3 mld PLN to kwota przeznaczona na nowe projekty strategiczne, których ostateczny wybór miał być dokonany na podstawie parametrów ekonomicznych oraz rozwoju sytuacji rynkowej.

   Realizacja projektów inwestycyjnych w Grupie Kapitałowej LOTOS, zgodnie z tym, jak określono w Strategii, sprowadza się zatem nie do wydatkowania określonego poziomu CAPEX, ale do wyboru projektów charakteryzujących się najwyższą stopą zwrotu przy akceptowalnym poziomie ryzyka przy jednoczesnym zachowaniu stabilnej pozycji finansowej

Grupy Kapitałowej LOTOS i podmiotów wchodzących w jej skład. Powyższe należy realizować z uwzględnieniem pełnej analizy czynników zewnętrznych.

W latach 2017-2021 Grupa Kapitałowa LOTOS poniosła nakłady inwestycyjne w łącznej wysokości wynoszącej 5,45 mld zł oraz dodatkowo zrealizowała inwestycję kapitałową o łącznym zaangażowaniu wynoszącym 0,5 mld zł tytułem realizacji projektu w Grupie Azoty Polyolefins.

Niezwykle istotnymi czynnikami wpływającymi na realizację projektów inwestycyjnych były duża zmienność warunków makroekonomicznych odnotowywanych zwłaszcza od pierwszego kwartału 2020 roku oraz zaawansowana faza przygotowań do realizacji integracji kapitałowej Grupy LOTOS z PKN Orlen:

a) **pandemia Covid-19**, a w jej konsekwencji lockdown gospodarki z bardzo istotnym wpływem na ograniczenie struktury popytowej na paliwa, przyśpieszenie transformacji energetycznej, w tym ograniczenie w finasowaniu projektów opartych o paliwa kopalne, istotne wzrosty cen praw do emisji dwutlenku węgla (z poziomu 22 EUR/t w 2020 do poziomów sięgających 100 EUR/pln), ogłoszenie przez Komisję Europejską propozycji pakietu środowiskowego Fit-for-55, ograniczenie w łańcuchach dostaw, w efekcie bardzo istotne fluktuacje cen surowców ropy naftowej (poziomy poniżej 30 USD za baryłkę do poziomów 120 USD za baryłkę) i ceny gazu (poniżej 2 USD/MMBtu do poziomów powyżej 8 USD/MMBtu);
b) **zaawansowany proces Integracji Kapitałowej PKN Orlen oraz Grupy LOTOS** – po 14 lipca 2020 (decyzja warunkowa KE) Grupa Kapitałowa LOTOS weszła w decydującą fazę przygotowań do fuzji i pozyskiwania partnerów do nabycia środków zaradczych, proces połączenia jest na tyle kompleksowy, że angażuje dużą cześć organizacji oraz ze względu na kształt ogłoszonych środków zaradczych w ramach dobrych praktyk M&A limituje co do zasady możliwości tworzenia / realizacji innych niż zamierzone celów strategicznych (ze względu na zrealizowane badanie antymonopolowe przez KE) – co dodatkowo uzasadniało ostrożną ocenę potencjalnych projektów akwizycyjnych. Natomiast w tym czasie dokonano restrukturyzacji zadłużenia Spółki, w efekcie czego widoczna była dobra sytuacja płynnościowa na koniec 2021 roku (Dług netto/EEBITDA na poziomie 0,2x), dokonano reorganizacji aktywów: przeniesiono aktywa rafineryjne z Grupy LOTOS do spółki LOTOS Asfalt (w celu utworzenia docelowej JV Rafineria Gdańsk) – na co pozyskano zgodę akcjonariuszy w głosowaniu w ramach walnego zgromadzenia;
c) dodatkowo od 24.02.2022 r. **agresja zbrojna Federacji Rosyjskiej na Ukrainę** – wdrożenie pakietów sankcji na Rosję (w tym pakiety surowcowe), pogłębienie ograniczeń łańcucha dostaw, silne zjawiska wzrostów inflacji w skali globalnej, podnoszenie stóp procentowych (droższe kredyty), obniżenie wartości złotego.

3. GL S.A. w 2021 r. poniosła wydatki na przedsięwzięcia marketingowe w wysokości około 78,3 mln zł. O ile procent ww. wydatki poprawiły m.in. wskaźniki zwrotu inweswtycji marketingowych w odniesieniu:
- pozycji Spółki na rynku oraz udziału w rynku detalicznym paliw,
- klientów – satysfakcja klientów i wizerunku produktów,
- aktywów marketingowych – wartość marki, wartość klienta.

W odniesieniu do:

a) pozycji Spółki na rynku oraz udziału w rynku detalicznym paliw:

Sprzedaż detaliczna na krajowym rynku paliw realizowana jest przez spółkę LOTOS Paliwa, która zarządza siecią stacji LOTOS. W ramach wzmacniania pozycji w strategicznym segmencie stacji w 2021 roku spółka uruchomiła 7 nowych stacji paliw przy autostradach

i drogach szybkiego ruchu tzw. MOP (Miejsca Obsługi Podróżnych). Na koniec 2021 roku sieć stacji LOTOS liczyła 520 obiektów i miała udział 6,6% w strukturze rynku stacji paliw.

Udział w krajowej sprzedaży detalicznej paliw dla sieci LOTOS w roku 2021 został utrzymany na tym samym poziomie (r/r) i wyniósł 10,7% (według POPiHN). Dynamika sprzedaży (średnie tankowanie na stacjach LOTOS wg POPiHN) liczona r/r była równa dynamice całego rynku i wynosiła 7,8%.

b) klientów – satysfakcja klientów i wizerunek produktów:

Jednym z kluczowych niefinansowych wskaźników efektywności monitorowanych na poziomie skonsolidowanym całej Grupy Kapitałowej LOTOS jest satysfakcja klienta – wskaźnik NPS (*Net Promoter Score*) – oparty na badaniu opinii klientów Programu Navigator, który to wskaźnik nie zmienił się r/r i był pozytywny (wg Sprawozdania Zarządu z działalności Grupy LOTOS S.A. oraz jej grupy kapitałowej za rok 2021, rozdz. 13.1. Kluczowe Niefinansowe Wskaźniki Efektywności).

Na potrzeby monitoringu realizacji Strategii Grupy LOTOS S.A. na lata 2017-2022, realizowane jest przez Grupę LOTOS SA badanie wskaźnika NPS (net promoter score, skłonność do polecenia marki) na ogólnopolskiej, reprezentatywnej grupie kierowców, w tym klientów stacji LOTOS. Po roku 2021 wskaźnik NPS wzrósł w grupie klientów stacji LOTOS z 58 do 65, wśród ogółu badanych z 18 do 25, a wśród klientów konkurencji z -8 do -3. Wśród kierowców – klientów LOTOSU dominują promotorzy marki, skłonni polecić ją innym. Podobnie jak rok temu, do polecania LOTOSU najbardziej skłania kierowców przekonanie o dobrej jakości paliwa. Na znaczeniu zyskało pozytywne postrzeganie jakości obsługi na stacjach i sympatia do niej.

c) aktywów marketingowych – wartość marki, wartość klienta:

W XV edycji rankingu najcenniejszych polskich marek „Rzeczpospolitej" (2021) marka LOTOS jest na 5. pozycji (wartość marki 3 322,8 mln zł). Dla porównania, w 2004 marka LOTOS warta była 220 mln zł, w 2016 – 1 385 mln zł.

Grupa LOTOS nie wykorzystuje miernika „wartość klienta" do mierzenia efektywności działań marketingowych.

4. Proszę o podanie wydatków na przedsięwzięcia marketingowe z podziałem na:

a) sponsoring sportu,
b) sponsoring kultury,
c) sponsoring programów społecznych,
d) wsparcie marki korporacyjnej LOTOS,
e) wsparcie wizerunkowe marek produktowych GK LOTOS,
f) wsparcie sprzedaży produktów na stacjach LOTOS poprzez działania mediowe.

Wydatki Grupy Kapitałowej LOTOS S.A. kształtowały się w 2021 roku w następujący sposób:

a) sponsoring sportu – 46,5 mln PLN netto;
b) sponsoring kultury – 4,2 mln PLN netto;
c) sponsoring programów społecznych – 1,3 mln PLN netto;
d) wsparcie marki korporacyjnej LOTOS – 10,2 mln PLN netto;
e) wsparcie wizerunkowe marek produktowych GK LOTOS – 6,8 mln PLN netto;
f) wsparcie sprzedaży produktów na stacjach LOTOS poprzez działania mediowe – 7,6 mln PLN netto.

5. **Czy po zakończeniu fuzji Grupa LOTOS S.A. będzie zdolna strukturalnie i proceduralnie do budowanie nowej strategii przez formułowanie misji, celów strategicznych i przyjęcia pożądanego modelu funkcjonowania Spółki?.**

   Pytanie nie dotyczy spraw objętych porządkiem obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Grupy LOTOS.

6. **Ile wynosił współczynnik indeksacji i narastanie odsetek na dzień 31.12.2021 r. dla obligacji o łącznej wartości 84,1 mln USD w ramach których odbyło się finansowanie projektu B8?.**

   Obligacje wyemitowane na finasowanie projektu B8 nie są obligacjami indeksowanymi. Odsetki są płacone co kwartał kalendarzowy i odsetki narosłe na 31.12.2021 r. zostały zapłacone 31.12.2021 r. W konsekwencji na 31.12.2021 r. brak było naliczonych odsetek do uregulowania w przyszłości.

7. **Czy likwidacja dyferencjału Brent – Ural od 2023 r. odbije się negatywnie na wynikach finansowych Gurpy LOTOS S.A. i PKN Orlen S.A..**

   Pytanie nie dotyczy spraw objętych porządkiem obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Grupy LOTOS.

8. **W jaki sposób przejęcie Grupy LOTOS S.A. przez PKN Orlen S.A. wpłynie na zwiększenie siły przetargowej w procesie zakupu ropy naftowej i innych surowców.**

   Pytanie nie dotyczy spraw objętych porządkiem obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Grupy LOTOS.

9. **Jak będzie korzystne dla RP(pod kątem bezpieczeństwa energetycznego i politycznego) pozyskanie jako partnera Saudi Aramco, które ma przejąć 30% Rafinerii Gdańskiej za około 1.mld zł i zapewnić dostawy ropy naftowej na poziomie około 20 mln ton rocznie.**

   Pytanie nie dotyczy spraw objętych porządkiem obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Grupy LOTOS.

10. **W związku z planowanym przejęciem Grupy LOTOS S.A. przez PKN Orlen S.A. Czy Skarb Państwa wystąpił do NATO z wnioskiem o podjęcie konsultacji w trybie art. 4 Traktatu NATO?**

    Pytanie nie dotyczy spraw objętych porządkiem obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Grupy LOTOS.

11. **Jaki będzie wpływ zmian kierunków dostaw ropy naftowej do połączonych Spółek na indeks produktów rolno-żywnościowych?**

    Pytanie nie dotyczy spraw objętych porządkiem obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Grupy LOTOS.

12. Wydatki Grupy Lotos S.A. na usługi prawne i doradztwo związane z zarządzaniem wzrosły z kwotu 10.45 mln zł w 2020r. do kwoty 21,6 mln zł.w 2022 r (wzrost o 106%). Proszę podać jaki udział w tych wydatkach miało udział wsparcie prawne związane z przejęciem Grupy LOTOS S.A. przez PKN Orlen S.A.

W 2021 roku Grupa Kapitałowa LOTOS weszła w fazę intensyfikacji prac dotyczących realizacji przygotowań do procesu integracji kapitałowej z PKN Orlen, pozyskania inwestorów na aktywa objęte środkami zaradczymi, opracowania modeli biznesowych dla wydzielanych aktywów oraz przeprowadzenia prac przygotowawczych do procesu transakcyjnego. W związku z powyższym, pracując w formule projektowej, naturalnym zjawiskiem na etapie intensywnego rozszerzenia zakresu prac staje się zwiększenie wsparcia ze strony doradców (względem kwoty referencyjnej 21,6 mln stosunek kosztów dot. usług profesjonalnych dotyczących projektu fuzji wyniósł powyżej 75%). W stosunku do roku 2020 r. nakłady na projekt zwiększone zostały zwłaszcza w takich obszarach jak:

a) doradztwo prawne,
b) doradztwo strategiczne,
c) doradztwo transakcyjne,
d) doradztwo informatyczne.