



Strategia Grupy PKN ORLEN na lata 2007 – 2012

Dążąc do uzyskania pozycji regionalnego lidera

Piotr Kownacki, Prezes Zarządu, Generalny Dyrektor

Waldemar Maj, Wiceprezes Zarządu ds. Finansowych

21 listopada 2007



ORLEN

Agenda

Przesłanki aktualizacji strategii Grupy PKN ORLEN

Cele strategiczne Grupy PKN ORLEN na lata 2007 - 2012

Cele i działania strategiczne w segmentach

Realizacja dotychczasowej strategii Grupy PKN ORLEN na lata 2005 – 2009

Slajdy pomocnicze



ORLEN

Nowe otoczenie Grupy PKN ORLEN w 2007 roku

Zmiany warunków zewnętrznych i postęp w realizacji dotychczasowej strategii PKN ORLEN

Strategia Grupy PKN ORLEN 2005 - 2009

- Wdrażana strategia zaowocowała osiągnięciami Koncernu na arenie regionalnej (integracja Unipetrol, nabycie Mazeikiu Nafta).
- Rozwój perspektywicznego segmentu petrochemicznego.
- Osiągnięta skala działalności Grupy PKN ORLEN, wyrażona wskaźnikami operacyjnymi (przerób ropy naftowej, liczba stacji paliw), plasuje Koncern na pozycji branżowego lidera w regionie.
- Umacnianie i zabezpieczanie pozycji na rynkach macierzystych. Monitorowanie opcji rozwoju organicznego i nieorganicznego na obecnych i ościennych rynkach.
- Rozszerzenie działalności na kolejne kraje regionu wymusza potrzebę silniejszej integracji grupy.
- Dążenie do polepszania ratingu inwestycyjnego.
- Lider technologiczny w obszarze przetwórstwa ropy naftowej – benchmarking Solomona.

Rynek 2005 - 2007

- Ożywienie gospodarki światowej oraz szczególnie dynamiczny wzrost gospodarek Europy Środkowo-Wschodniej.
- Duży strumień nowych inwestycji zagranicznych i funduszy unijnych w Europie Środkowo-Wschodniej.
- Dotychczasowe rynki macierzyste PKN ORLEN są jednymi z najbardziej perspektywicznych dla sektora naftowego w Europie (ze względu na rozmiar i dynamikę wzrostu).
- Rosnący popyt na produkty naftowe i wzrost kosztów towarzyszących produkcji.
- Globalne napięcia polityczne prowadzące do znaczącej zmiany cen surowca.
- Nowe podejście do zagadnień bezpieczeństwa energetycznego i dostaw surowca w świecie i regionie.
- Dynamika procesu konsolidacji regionalnej w sektorze nie słabnie. Trójka największych regionalnych graczy (PKN ORLEN, OMV, MOL) skonsolidowała większość dostępnych aktywów.
- Można spodziewać się kolejnych kroków konsolidacyjnych (oferta OMV wobec MOL), działania LukOil, KazMunaiGaz).

Utrzymywanie się zidentyfikowanej luki wartości rynkowej oraz luki efektywności posiadanych aktywów względem głównych konkurentów

Rewizja strategii Grupy PKN ORLEN



ORLEN




Nowa strategia Grupy PKN ORLEN (1)

Misja Koncernu podstawą ustalenia i szacowania celów strategicznych

Misja PKN ORLEN

Dążąc do uzyskania pozycji regionalnego lidera, chcemy zapewnić naszym akcjonariuszom długofalowy wzrost wartości Firmy poprzez oferowanie naszym klientom najwyższej jakości produktów i usług.

Jako firma transparentna, wszelkie działania realizujemy z zachowaniem ładu korporacyjnego i społecznej odpowiedzialności biznesu, troszcząc się o rozwój naszych pracowników i dbając o środowisko naturalne.

-  Przygotowując strategię Grupy PKN ORLEN na lata 2007 – 2012, Zarząd Spółki kierował się nadrzędnymi zasadami płynącymi z misji firmy
-  Fundamentem planowania strategicznego było połączenie:
 - 1) oczekiwań akcjonariuszy i potencjalnych inwestorów z
 - 2) potrzebami i możliwościami Koncernu
-  Planowanie oparto o kluczowe ryzyka i opcje rozwoju, zidentyfikowane w ramach przeprowadzonych licznych analiz



ORLEN

Nowa strategia Grupy PKN ORLEN (2)

Aktualizacja podejścia do tworzenia wartości dla akcjonariuszy

I. Efektywność i optymalizacja / inwestycje w obszarze działalności podstawowej

- ✚ Dla osiągnięcia celów konieczna jest koncentracja na podstawowych aktywach Koncernu, intensyfikacja wewnętrznej integracji i uzyskanie maksymalnej efektywności z posiadanego portfela.
- ✚ Strategia lidera sprzedaży w regionie poprzez wzrost efektywności na rynkach macierzystych.
- ✚ Działania nastawione są na utrzymanie pozycji lidera technologicznego i podmiotu, który wyznacza standardy jakościowe w regionie, troszcząc się tym samym o środowisko naturalne i komfort życia społeczności lokalnych m.in. propagując wykorzystania biopaliw, najwyższych standardów jakościowych i bezpieczeństwa produkcji oraz sprzedaży produktów naftowych.

Wzrost organiczny

II. Monitorowanie opcji rozwoju

- ✚ Ekspansja w obszarze sprzedaży na nowe, otwierające się dla Koncernu rynki krajów bałtyckich i Ukrainy.
- ✚ Konsolidacja branży rafineryjnej i chemicznej będzie istotnym elementem rozwoju i tworzenia wartości dla akcjonariuszy*.
- ✚ Podjęcie działalności wydobywczej, aczkolwiek utrudnione przez niekorzystne trendy cenowe, tendencje protekcyjnistyczne i postępujący wzrost kosztów inwestycyjnych, pozostaje jednym z istotnych obszarów zainteresowania Koncernu.

Wzrost nieorganiczny

*uzależnione od decyzji akcjonariuszy



ORLEN

Agenda

Przesłanki aktualizacji strategii Grupy PKN ORLEN

Cele strategiczne Grupy PKN ORLEN na lata 2007 - 2012

Cele i działania strategiczne w segmentach

Realizacja dotychczasowej strategii Grupy PKN ORLEN na lata 2005 – 2009

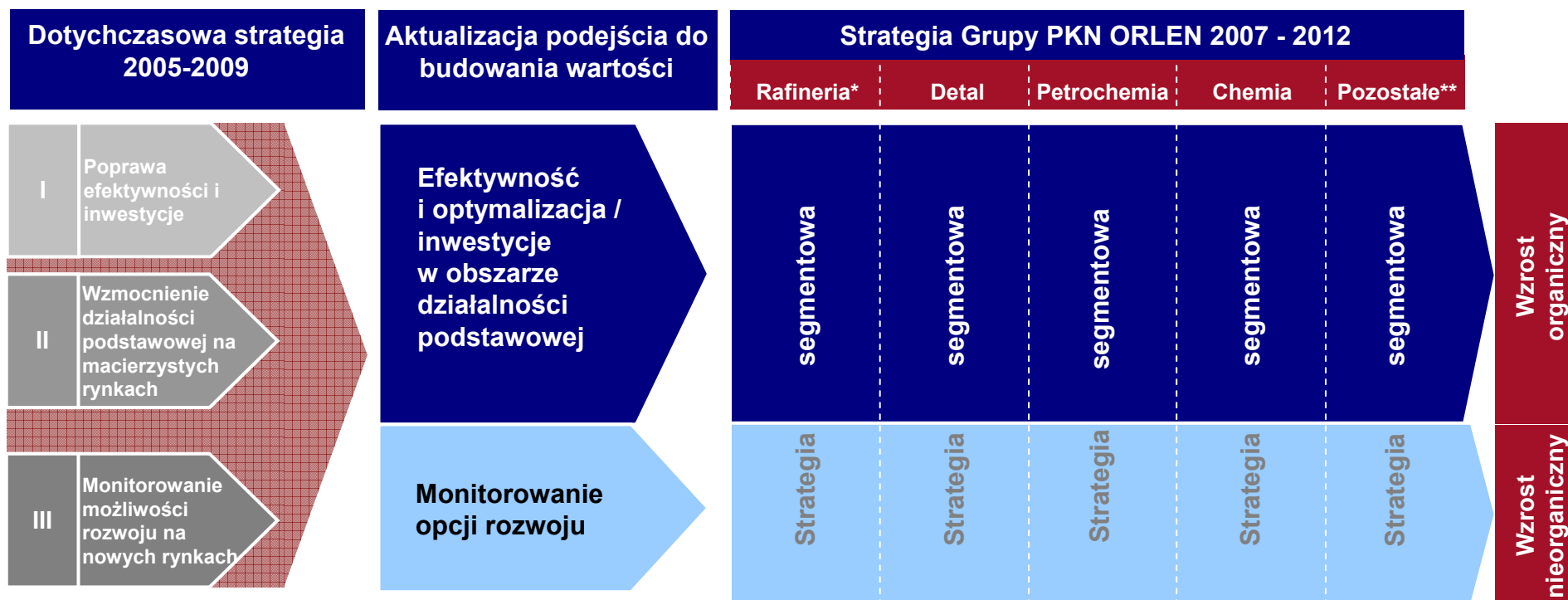
Slajdy pomocnicze



ORLEN

Strategia Grupy PKN ORLEN na lata 2007 – 2012

Aktualizacja podejścia do procesu budowania wartości



- Efektem przeprowadzonego procesu planowania strategicznego jest aktualizacja dotychczasowego podejścia do procesu tworzenia wartości Grupy PKN ORLEN
- Źródeł wartości Koncernu należy poszukiwać we wzroście wewnętrznym, jak i zewnętrznym
- W pierwszej kolejności wzrost powinien być wyzwalany ze źródeł wewnętrznych, które kumulują duży potencjał
- Wraz z postępowaniem procesu uwalniania zakumulowanego potencjału, a co za tym idzie osiągnięciem odpowiednich wyników operacyjnych i finansowych, należy aktywniej koncentrować się na opcjach wzrostu zewnętrznego



ORLEN

* segment rafineryjny, segment olejowy, hurt, logistyka, produkcja pomocnicza

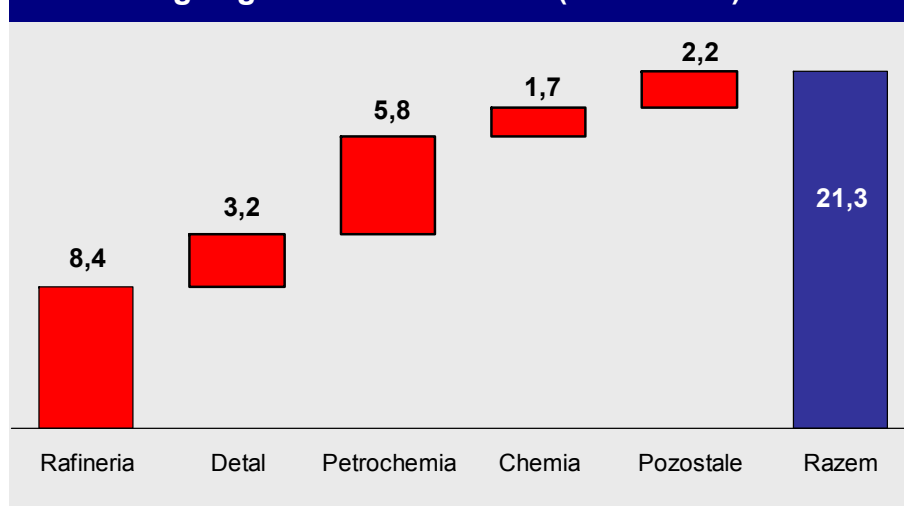
** wydobywanie i handel ropą, centrum korporacyjne

Strategia Grupy PKN ORLEN na lata 2007 – 2012

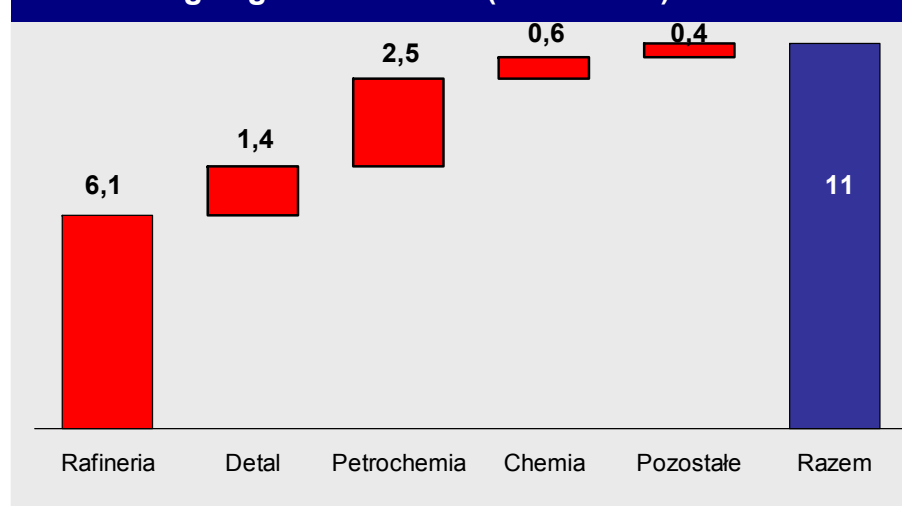
Cele finansowe Grupy PKN ORLEN

Wskaźniki finansowe	2006	Cel 2012
EBITDA wg LIFO ¹	4,7 mld PLN	11 mld PLN
ROACE ²	8%	14%
Capex ³	1,9 mld PLN ⁴	3,5 mld PLN średniorocznie; 21,3 mld PLN razem
Dźwignia finansowa ⁵	37,7%	30 – 40%
Polityka dywidendy	w oparciu o FCFE ⁶	w oparciu o FCFE ⁶

CAPEX wg segmentów 2007-2012 (w mld PLN)



EBITDA wg segmentów 2012 (w mld PLN)



1 EBITDA = zysk operacyjny przed opodatkowaniem i potrąceniem kosztów finansowych powiększony o amortyzację; dotyczy Grupy PKN ORLEN, metoda wyceny zapasów wg. LIFO

2 ROACE = zysk operacyjny po opodatkowaniu / średni kapitał zaangażowany w okresie (kapitał własny + dług netto)

3 Wartość skumulowana w latach 2007 - 2012 na poziomie całej Grupy PKN ORLEN

4 Wyłączając nakłady inwestycyjne na nabycie Mazeikiu Nafta

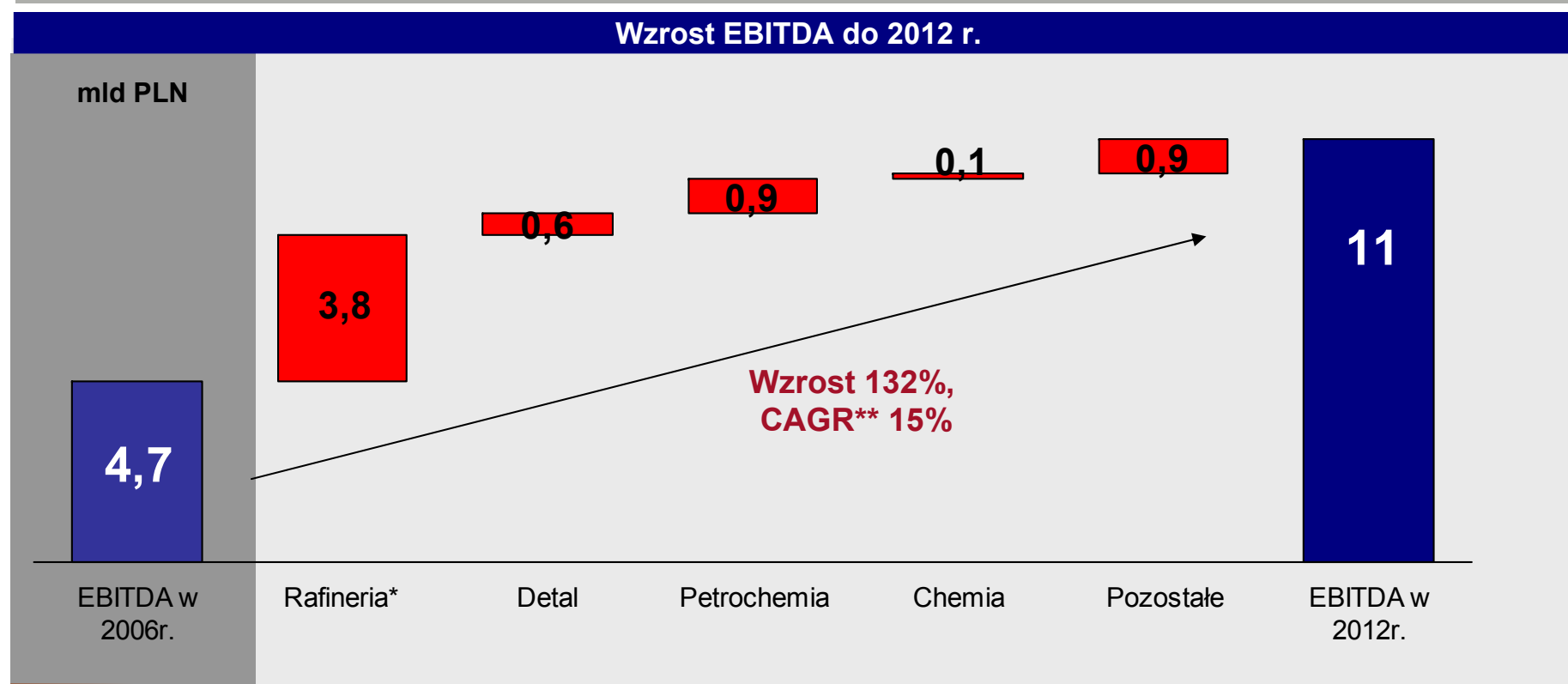
5 Dźwignia finansowa = dług netto / kapitał własny

6 Wolne przepływy pieniężne dla akcjonariuszy

Jeśli nie zaznaczono odmiennie, w całości prezentacji, prognozy w oparciu o plan średnioterminowy 2007 – 2012 z czerwca 2007 r. w zmiennych warunkach makroekonomicznych.

Zysk operacyjny (EBITDA) Grupy PKN ORLEN

Wzrost EBITDA do 2012 r. o 132% (wg. metody LIFO)



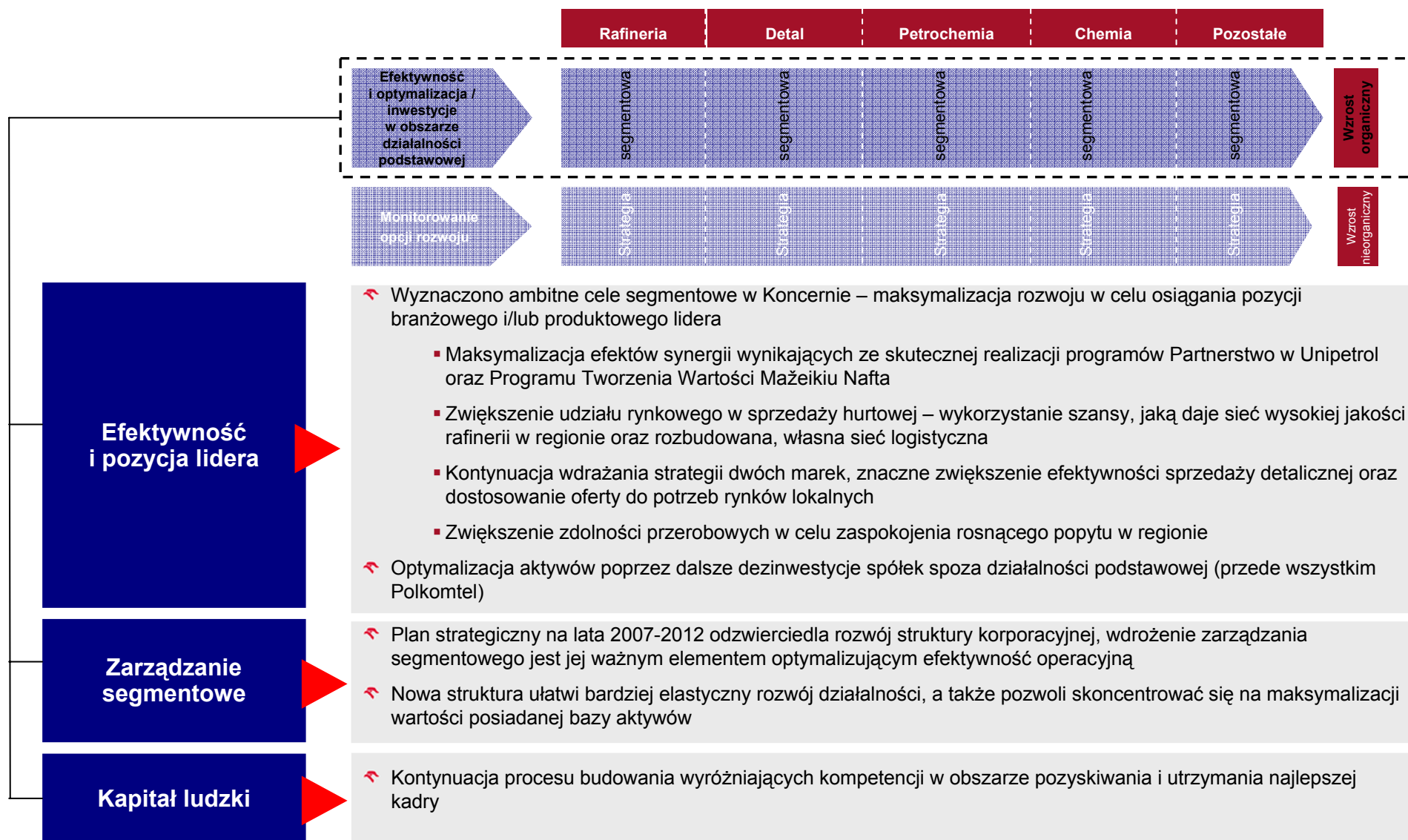
- 🚀 Ambitny cel przyrostu wartości EBITDA do 2012r. – wzrost o 132% w porównaniu do EBITDA w 2006r.
- 🚀 Maksymalne wykorzystywanie szans i potencjału wzrastającego rynku
- 🚀 Wszystkie segmenty będą przyczyniać się do wzrostu EBITDA ze szczególnym wpływem segmentu rafineryjnego

* segment rafineryjny, segment olejowy, logistyka, produkcja pomocnicza, hurt

** CAGR (Compound Annual Growth Rate) średnia roczna stopa wzrostu

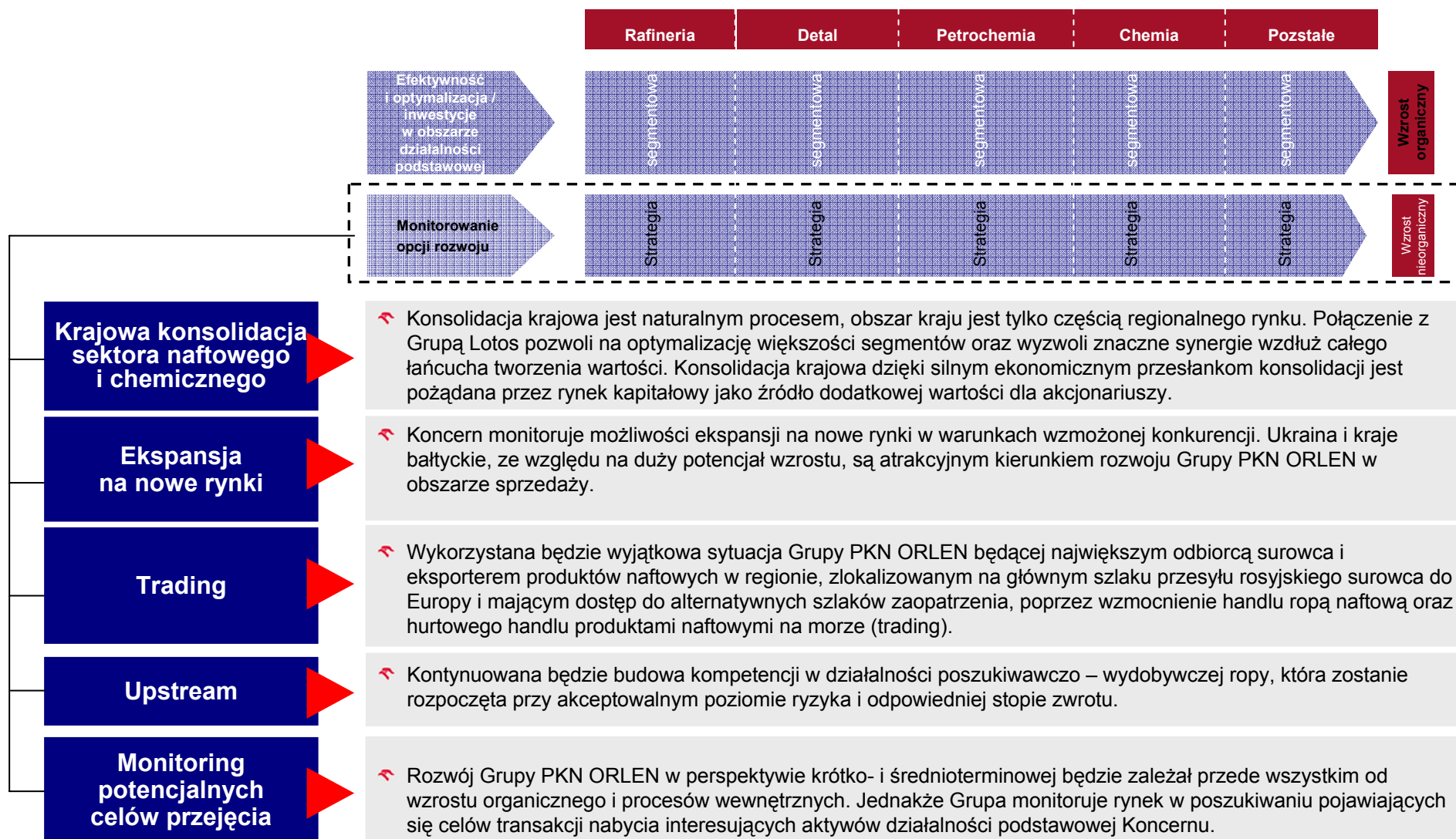
Strategia Grupy PKN ORLEN 2007 – 2012 (1)

Efektywność i optymalizacja oraz inwestycje w obszarze działalności podstawowej



Strategia Grupy PKN ORLEN 2007 – 2012 (2)

Monitorowanie opcji dalszego rozwoju



ORLEN

Agenda

Przesłanki aktualizacji strategii Grupy PKN ORLEN

Cele strategiczne Grupy PKN ORLEN na lata 2007 - 2012

Cele i działania strategiczne w segmentach

Realizacja dotychczasowej strategii Grupy PKN ORLEN na lata 2005 – 2009

Slajdy pomocnicze

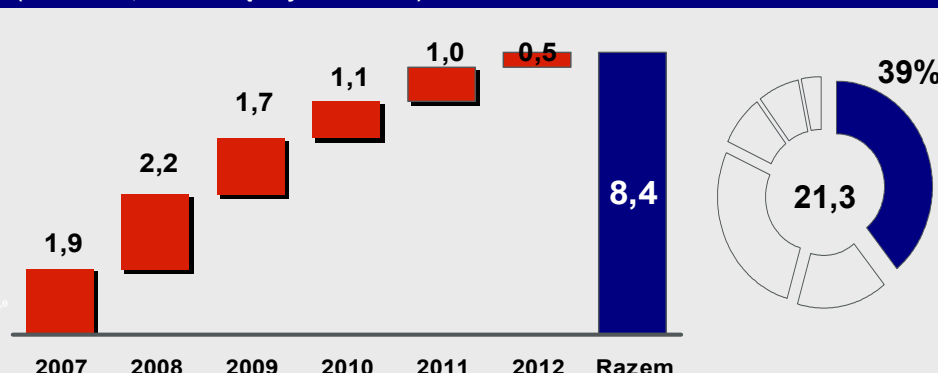


ORLEN

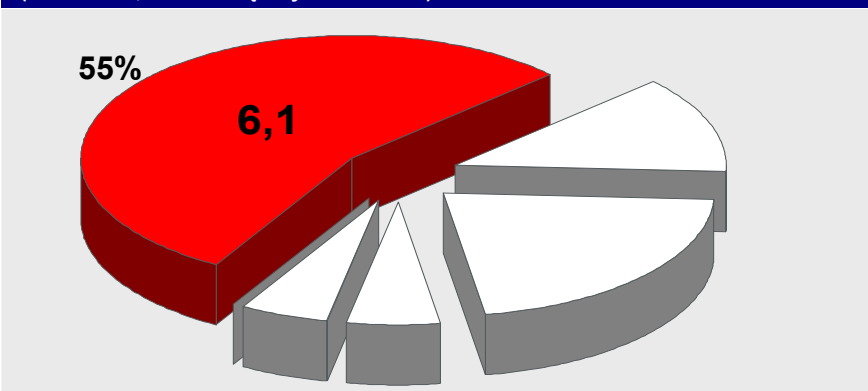
Rafineria - jedna z najlepszych rafinerii w Europie*

Wzrost mocy produkcyjnych w Polsce i na Litwie

CAPEX segmentu Rafineria 2007-2012
(w mld PLN, udział w łącznym CAPEX%)



EBITDA segmentu Rafineria 2012
(w mld PLN, udział w łącznym EBITDA%)



Działania

- ✦ Rozbudowa mocy rafineryjnych na poziomie całej Grupy
- ✦ Wzrost udziału produktów białych
- ✦ Rozbudowa i usprawnienia kompleksu rafineryjnego w Mažeikių Nafta
- ✦ Wdrożenie benchmarkingu „Solomona” na poziomie całej Grupy
- ✦ Zwiększenie mocy produkcyjnych oleju napędowego - instalacja HON VII oraz budowa wytwórni wodoru
- ✦ Maksymalizacja sprzedaży w Polsce, Czechach i krajach bałtyckich
- ✦ Optymalizacja marży hurtowej na poziomie Grupy
- ✦ Zwiększenie sprzedaży paliw lotniczych w regionie
- ✦ Rozbudowa bazy aktywów logistycznych
- ✦ Ekspansja w segmencie olejowym

Główne cele

	Cel na 2012 r.
Efektywne moce przerobowe ¹	~ 33 mln t/r
Udział produktów białych ²	80%
Wykorzystanie mocy ³	>95%
Udział rynkowy sprzedaży hurtowej (Polska)	~ 65%
Udział rynkowy sprzedaży hurtowej (kraje bałtyckie)	> 75%

* Rafineria w Płocku zaliczana do grona 4 najlepszych rafinerii w Europie na podstawie raportu „Solomona”. Segment rafineria zawiera: produkcję rafineryjną, olejową, hurt, logistykę i produkcję pomocniczą

¹ Polska 17 mln t/r., Litwa 11 mln t/r, Czechy 5 mln t/r

² Dotyczy rafinerii przetwarzających ropę kwaśną typu REBCO (Polska, Litwa), dla rafinerii w Kralupach 85%

³ Rafineria w Płocku ~100%



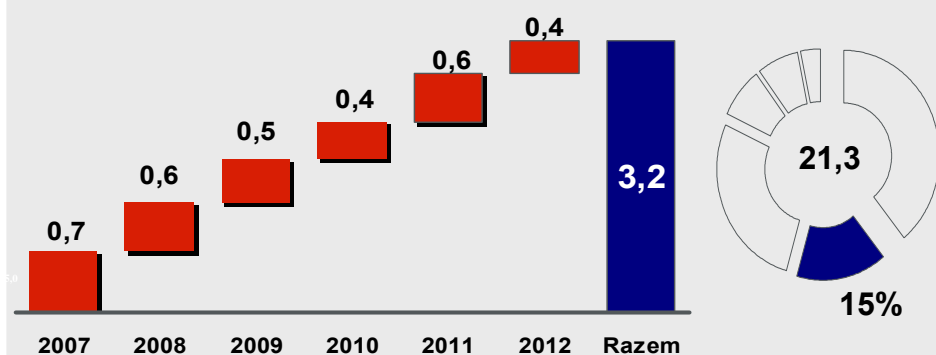
ORLEN

Detal - największa sieć stacji w Europie Środkowo-Wschodniej

Dynamiczny rozwój działalności w regionie

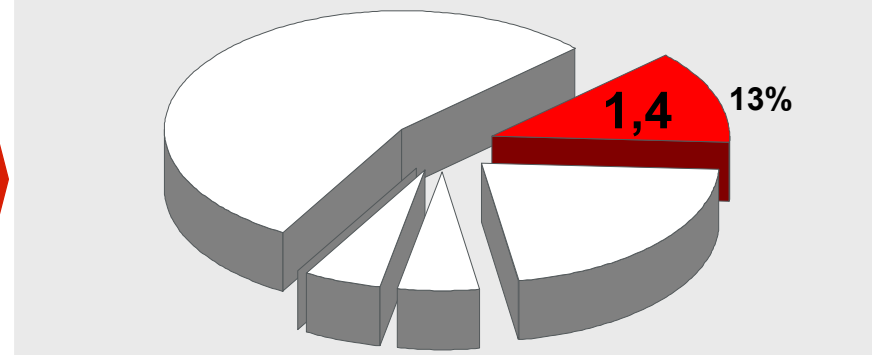
CAPEX segmentu Detal 2007-2012

(w mld PLN, udział w łącznym CAPEX%)



EBITDA segmentu Detal 2012

(w mld PLN, udział w łącznym EBITDA%)



Działania

- ↗ Wzmocnienie pozycji w regionie
- ↗ Strategia dwóch marek - pozycjonowanie oferty w Polsce i Czechach
- ↗ Ekspansja sieci detalicznej na obecnych rynkach, szczególnie w krajach bałtyckich
- ↗ Adaptacja strategii sprzedaży do potrzeb rynku lokalnego
- ↗ Rozwój oferty pozapaliwowej, oferty flotowej – karta akceptowana w całej Grupie
- ↗ Wprowadzenie marki ORLEN na rynku krajów bałtyckich
- ↗ Wprowadzenie sprzedaży biopaliw
- ↗ Zakończenie procesu restrukturyzacji sieci niemieckiej – rebranding ORLEN na STAR
- ↗ Monitorowanie opcji ekspansji sieci detalicznej na nowe kraje (np. Ukraina)

Główne cele

	Cel na 2012 r.			
	Polska	Czechy	Kraje Bałt.	Niemcy
Liczba stacji	1900	440	230	750
Sprzedaż (mln l na stację/r)	{ 4,0 ORLEN 2,2 BLISKA	3,5 Benzina Plus 2,1 Benzina	3,6	4,0
Udział w rynku	>30%	>20%	>20%	>5%



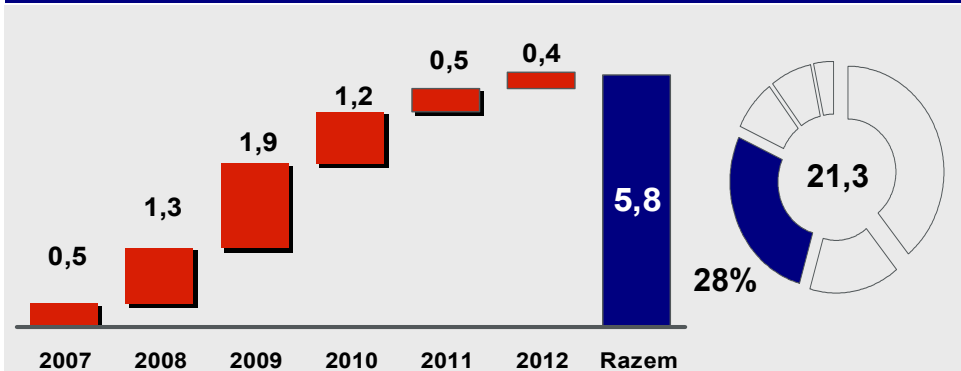
ORLEN

Petrochemia - lider regionu w produkcji olefin i poliolefin

Pierwszy producent PTA w Europie Środkowo – Wschodniej

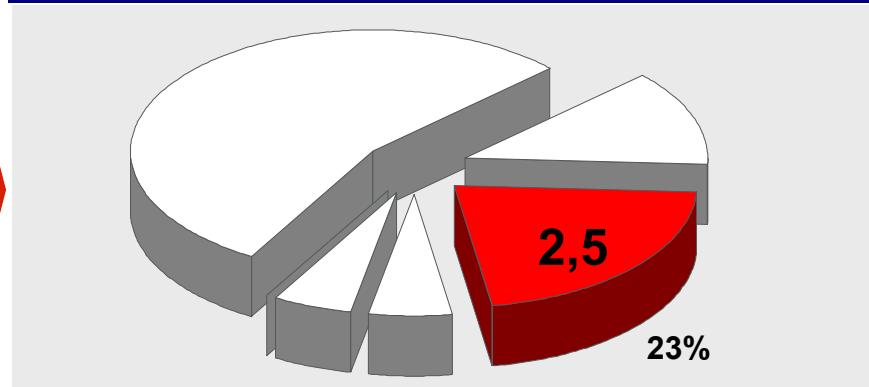
CAPEX segmentu Petrochemia 2007-2012

(w mld PLN, udział w łącznym CAPEX%)



EBITDA segmentu Petrochemia 2012

(w mld PLN, udział w łącznym EBITDA%)



Działania

- 🔧 Budowa instalacji paraksylenu (PX) oraz kwasu tereftalowego (PTA)
- 🔧 Intensyfikacja instalacji tlenu etylenu i butadienu
- 🔧 Budowa wytwórni propylenu w Mazeikiu Nafta
- 🔧 Przygotowanie do budowy instalacji Olefin III

Główne cele

	Cel na 2012 r.
Wykorzystanie mocy	>95%
Produkcja propylenu w Mazeikiu Nafta	200 tys. t/r
Wzrost produkcji paraksylenu	do 400 tys. t/r
Produkcja PTA	600 tys. t/r
Modernizacja instalacji olefin w Litvinovie	545 tys. t/r
Osiągnięcie czołowej pozycji w benchmarkingu „Solomona”	



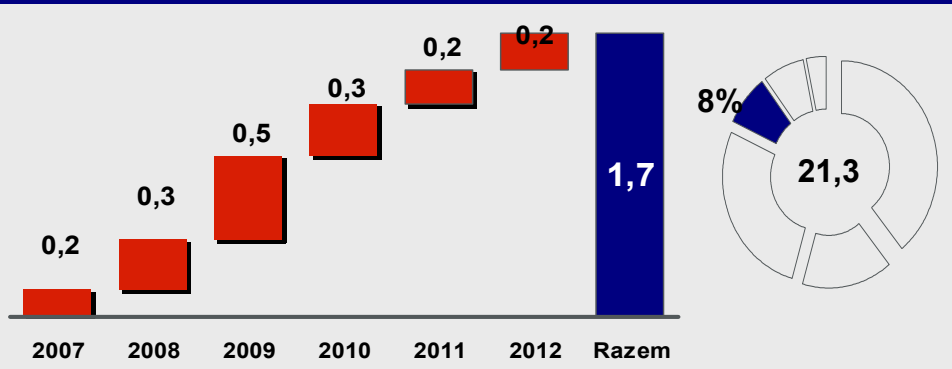
ORLEN

Chemia - największy producent PCW w regionie

Koncentracja na poprawie efektywności i skali produkcji

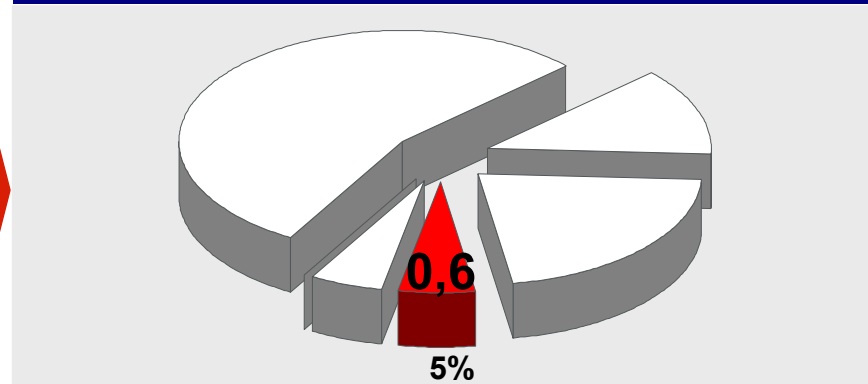
CAPEX segmentu Chemia 2007-2012

(w mld PLN, udział w łącznym CAPEX%)



EBITDA segmentu Chemia 2012

(w mld PLN, udział w łącznym EBITDA%)



Działania

- ✚ Wzrost produkcji PCW* we Włocławku (2007–2008)
- ✚ Rozbudowa wytwórni CW* i PCW w Spolanie
- ✚ Budowa infrastruktury mediów dla wytwórni PTA
- ✚ Poprawa efektywności i rozwój technologii
- ✚ Budowa wytwórni cykloheksanonu
- ✚ Budowa wytwórni polietereftalanu butylenu (PBT) – dalszy przerób PTA (jest na etapie prac studialnych)
- ✚ Rozbudowa zdolności produkcyjnych w przetwórstwie PCW (w tym oddział handlowo/produkcyjny na Ukrainie)
- ✚ Aktywność w procesie konsolidacji branży

Główne cele

	Cel na 2012 r.
Udział w rynku PCW*	
- Polska	55%
- Czechy	40%
Rozbudowa wytwórni CW* w Spolanie	do 200 tys. t/r
Produkcja PCW* łącznie	485 tys. t/r
Produkcja wyrobów z PCW*	105 tys. t/r
Produkcja nawozów łącznie	1 200 tys. t/r

*CW: chlorek winylu, PCW: polichlorek winylu



ORLEN

Pozostałe obszary

Kontynuacja pozostałych inicjatyw

Poszukiwanie i wydobywanie (*Upstream*)

- ↗ Poszukiwania projektów spełniających wymagania w zakresie efektywności i ryzyka Koncernu
- ↗ Analiza aktywów o akceptowalnym poziomie ryzyka
- ↗ Zindywidualizowane podejście do każdej transakcji nabycia w segmencie wydobywczym
- ↗ Potencjalne nabycie udziałów mniejszościowych

OPTIMA

- ↗ Kontynuacja skutecznej realizacji programu redukcji kosztów
- ↗ Dotychczas przekraczano założone cele roczne
- ↗ Objęcie nowymi inicjatywami efektywnościowymi innych spółek Grupy Kapitałowej
- ↗ Wraz z osiągnięciem obranych celów (zakładany czas realizacji 2009 r.) opracowanie i wdrożenie nowego programu

Całościowa Optymalizacja Marż (*COM*)

- ↗ COM buduje podstawy dla optymalnego zarządzania efektywnością w skali Grupy PKN ORLEN
- ↗ Uwolnienie synergii dzięki wykorzystaniu różnic w konfiguracji zakładów – komplementarność instalacji rafineryjnych
- ↗ Efektywne zarządzanie poziomem przerobu, strukturą produkcji, wymianą półproduktów oraz alokacją na rynkach zbytu w ramach koncepcji zarządzania łańcuchem dostaw (*Supply Chain Management*)

Kapitał Ludzki / Odpowiedzialny Biznes

- ↗ Kontynuacja procesu budowania wyróżniających kompetencji w obszarze pozyskiwania i utrzymania najlepszej kadry
- ↗ Współpraca ze szkołami i uczelniami w zakresie pozyskiwania utalentowanych pracowników
- ↗ Transparentny system promowania i premiowania na wszystkich szczeblach organizacji
- ↗ Optymalizacja programu MBO
- ↗ Opracowanie programu opcji menedżerskich
- ↗ Wzmacnianie kompetencji w obszarze badań i rozwoju (*R&D*)
- ↗ Troska o ochronę środowiska i komfort życia ludności zamieszkałej w sąsiedztwie naszych zakładów i stacji paliw
- ↗ Wprowadzenie najwyższych standardów w obszarze bezpieczeństwa i higieny pracy

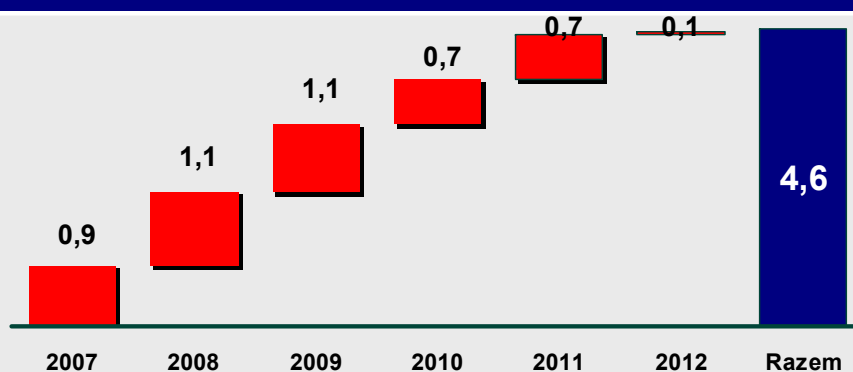


Tworzenie wartości w Mažeikių Nafta

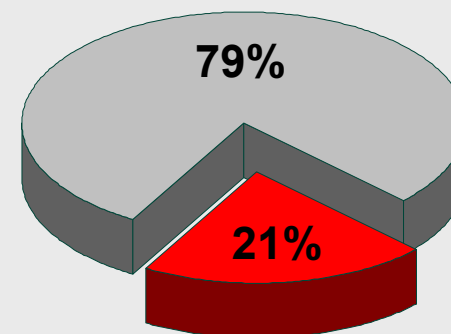
Proces wdrożenia Programu Tworzenia Wartości (VCP): EBITDA 700 mln USD w 2012 r.*

Etap	Działania
Poprawa efektywności 2007 - 2012	<ul style="list-style-type: none"> Wdrożenie działań na rzecz usprawnień operacyjnych wskazanych w Programie Tworzenia Wartości we wszystkich obszarach biznesowych i funkcjonalnych (częściowo w oparciu o benchmarking „Solomona”) Ekspansja sieci detalicznej w krajach bałtyckich Rozpoczęcie działalności w zakresie eksportu produktów drogą morską (<i>trading</i>) Wdrożenie zarządzania segmentowego w Mažeikių Nafta
Program nowych inwestycji 2008 - 2012	<ul style="list-style-type: none"> Zwiększenie wskaźnika konwersji rafinacji (uzysku produktów białych) : <ul style="list-style-type: none"> instalacja Hydrokrakingu zabudowa kolumny próżniowej na instalacji termicznego krakingu kolumna frakcjonująca propylen Inwestycje w celu spełnienia standardów UE w zakresie jakości paliw oraz realizacji strategii przywództwa jakościowego

CAPEX Mažeikių Nafta 2007-2012 (w mld PLN)



EBITDA Mažeikių Nafta 2012 (udział w łącznym EBITDA%)



*Cele programu VCP szacowane w warunkach zmiennych



ORLEN

Agenda

Przesłanki aktualizacji strategii Grupy PKN ORLEN

Cele strategiczne Grupy PKN ORLEN na lata 2007 - 2012

Cele i działania strategiczne w segmentach

Realizacja dotychczasowej strategii Grupy PKN ORLEN na lata 2005 – 2009

Slajdy pomocnicze



ORLEN

Realizacja strategii Grupy PKN ORLEN 2005 – 2009 (1)

Wdrożenie strategii budowania wartości przynosi efekty

Postęp w zakresie realizacji inicjatyw

Filar 1

Poprawa
efektywności
i inwestycje

I. Rafineria:

- Remont instalacji w rafinerii Litvinov (Czechy) – wzrost indeksu Nelsona z 7,3 do 7,6
- Rozbudowa mocy przetwórczych hydrokrakingu w rafinerii Litvinov z 1,2 mln t do 1,5 mln t
- Przeprowadzenie remontu technicznego rafinerii Mazeikiu Nafta

II. Detal:

- Skuteczna realizacja strategii detalu – restrukturyzacja i optymalizacja sieci detalicznej, w tym wdrożenie koncepcji dwóch marek. Bardzo dobre wyniki w 2006 r.*: przyrost EBIT o ponad 630% r/r do 573 mln PLN, wzrost wolumenu sprzedaży 17,2% r/r
- Kontynuowana optymalizacja sieci
- Wdrożenie nowej strategii na rynku czeskim: optymalizacja sieci, pozycjonowanie marki, intensyfikacja sprzedaży, rozwój oferty. Do końca 2007 r. 156 stacji będzie w barwach nowej marki
- Wprowadzenie paliw o podwyższonej jakości – VERVA
- Skuteczne wdrażanie planu restrukturyzacji i rozwoju w ORLEN Deutschland

III. Petrochemia:

- Modernizacja instalacji wytwórni olefin II w Płocku. Wzrost mocy produkcji etylenu z 360 kt/r do 700 kt/r

IV. Realizacja Programu Tworzenia Wartości (VCP): Litwa

- Do września 2007 przekroczenie planu o 16% - łączne efekty na kwotę ok. 70 mln USD

V. Program Partnerstwo: Czechy

- Kontynuacja integracji i wzrost EBITDA w Unipetrol o 109 mln EUR w 2006 r, przekroczenie celów o ~45%. Program zostanie zrealizowany rok wcześniej – już w 2007 r.

VI. OPTIMA: Polska Grupa Kapitałowa

- Kontynuacja programu redukcji kosztów. Na koniec 3kw2007 osiągnięto oszczędności na poziomie 343 mln PLN w porównaniu z bazą kosztów z 2005r. - 57% zrealizowanego celu na 2009 r.

VII. Ład Korporacyjny:

- Restrukturyzacja Grupy i wdrożenie zarządzania segmentowego. Silniejszy nadzór i kontrola nad spółkami z Grupy Kapitałowej PKN ORLEN – decyzje strategiczne podejmuje Zarząd PKN ORLEN i deleguje kompetencje



* Wynik operacyjny Detalu w 2006 r 78 mln PLN (po wyłączeniu efektu negative goodwill w związku z zakupem Unipetrolu, wartość przypisana do segmentu detalicznego na poziomie 161 mln PLN)

Realizacja strategii Grupy PKN ORLEN 2005 – 2009 (2)

Wdrożenie strategii budowania wartości przynosi efekty

Postęp w zakresie realizacji inicjatyw

Filar 2

Wzmocnienie podstawowej działalności na rynkach macierzystych

I. Rafineria:

- Realizacja inwestycji w instalacje odsiarczania oleju napędowego w Płocku – wzrost mocy rafineryjnych
- W celu spełnienia wymogów UE zakończenie inwestycji hydroodsiarczania benzyny krakingowej, zmniejszenie emisji dwutlenku siarki z silników samochodowych do atmosfery o ok. 3 tys. ton rocznie

II. Petrochemia:

- Instalacja PTA w trakcie budowy. Podpisano umowę z japońską firmą Mitsubishi Heavy Industries na projekt techniczny oraz dostawę materiałów, urządzeń i usług technicznych związanych z budową wytwórni. Zawarcie umowy z Polimex-Mostostal S.A. na kompleksową realizację instalacji
- Zwiększenie produkcji zmodernizowanej Wytwórni Olefin II i Instalacji Ekstrakcji Aromatów

III. Chemia:

- Anwil przejął firmę Spolana, tworząc ważną firmę chemiczną w regionie
- Sprzedaż spółki Kaučuk w ramach optymalizacji posiadanej bazy aktywów oraz koncentracji na biznesie podstawowym

Filar 3

Monitorowanie możliwości rozwoju na nowych rynkach

I. Mażeikię Nafta:

- Nabycie Mażeikię Nafta; w efekcie pozyskanie nowych aktywów i zwiększenie możliwości przerobu ropy naftowej w Grupie PKN ORLEN o 10 mln t/r

II. Logistyka:

- Poszerzenie bazy aktywów logistycznych. Wraz z przejęciem kontroli nad Mażeikię Nafta w 2006 roku Koncern stał się właścicielem morskiego terminala przeładunkowego w Butyndze (roczne zdolności przesyłowe - ok. 14 mln ton ropy)

III. Detal:

- Zwiększenie liczby stacji paliw w Niemczech o 10% - lokalizacje nabyte od Deutsche BP AG

IV. Projekty w obszarze działalności poszukiwawczo – wydobywczej (*upstream*)

- Utworzono Biuro Poszukiwań i Wydobywania
- Poszukując projektów o akceptowalnym poziomie ryzyka przeanalizowano przeszło 100 projektów inwestycyjnych



ORLEN

Agenda

Przesłanki aktualizacji strategii Grupy PKN ORLEN

Cele strategiczne Grupy PKN ORLEN na lata 2007 - 2012

Cele i działania strategiczne w segmentach

Realizacja dotychczasowej strategii Grupy PKN ORLEN na lata 2005 – 2009

Slajdy pomocnicze

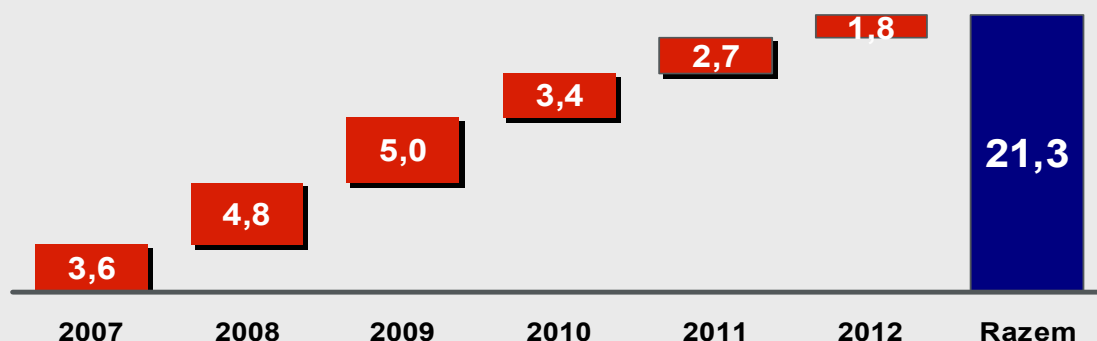


ORLEN

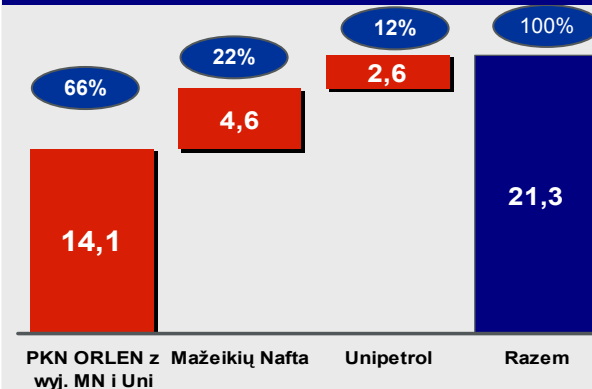
Plan nakładów inwestycyjnych PKN ORLEN w latach 2007 – 2012

Dalsza ekspansja i modernizacja bazy aktywów w optymalnym tempie

Plan nakładów inwestycyjnych 2007-2012 w mld PLN.
Średnia roczna na poziomie 3,5 mld PLN

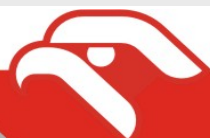
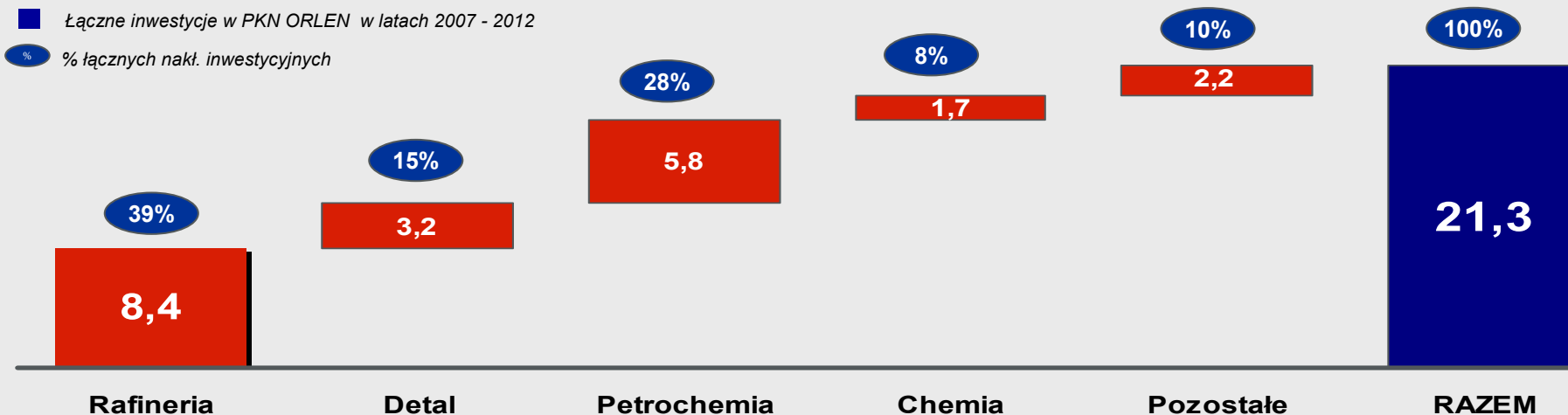


Nakłady inwestycyjne wg kluczowych spółek w 2007-2012 (w mld PLN)



Nakłady inwestycyjne w latach 2007-2012 w mld PLN wg segmentów

■ Łączne inwestycje w PKN ORLEN w latach 2007 - 2012
 % % łącznych nakł. inwestycyjnych



ORLEN

Polityka wypłaty dywidendy

Wsparcie dla celów PKN ORLEN dotyczących struktury kapitału

- Aby utrzymać ciągłość generowania środków finansowych oraz wspomagać zmniejszanie dźwigni finansowej, PKN ORLEN opiera swoją politykę wypłaty dywidendy na współczynniku FCFE (wolne przepływy pieniężne dla akcjonariuszy)
- W związku z nabyciem Mazeikiu Nafta naszym priorytetem jest obniżenie poziomu zadłużenia, a co za tym idzie – odroczenie wypłaty dywidend

Wolne przepływy pieniężne dla akcjonariuszy (FCFE)



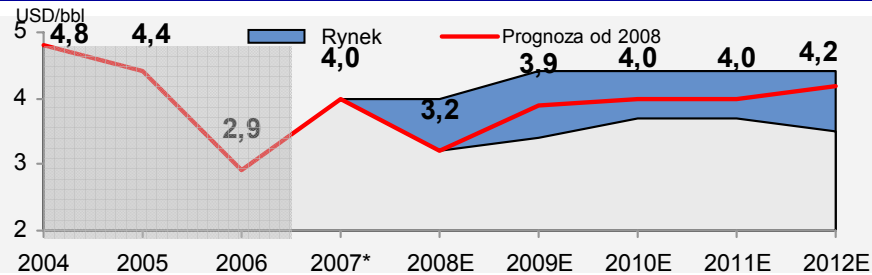
- Wypłata dywidend w oparciu o wycenę FCFE
 - minimum 50% FCFE
 - uwzględnia wydatki kapitałowe, fuzje i przejęcia
 - pozwała utrzymać optymalną strukturę kapitału



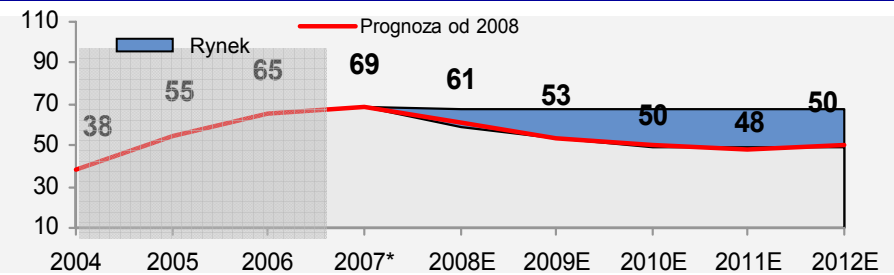
Główne założenia makroekonomiczne PKN ORLEN

Modelowe marże Grupy PKN ORLEN, cena ropy, dyferencjał URAL/Brent, kursy walut

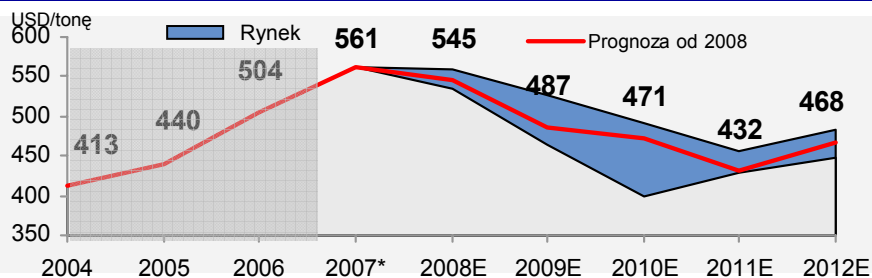
Modelowa marża rafineryjna PKN ORLEN (1)



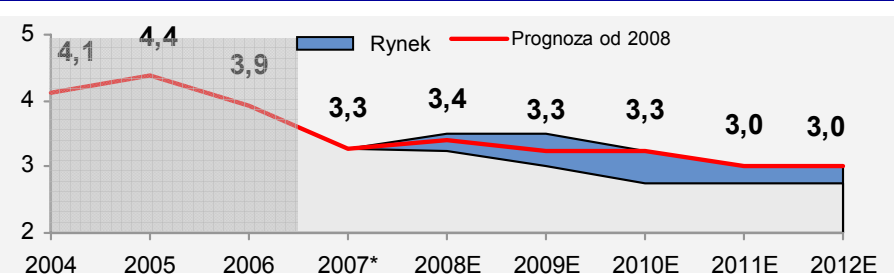
Cena ropy Brent (USD/b)



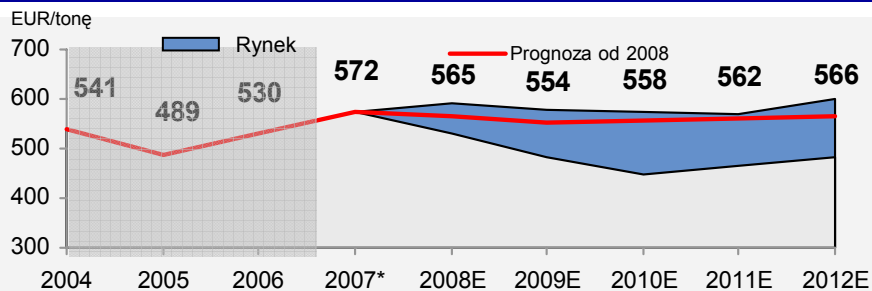
Modelowa marża petrochemiczna PKN ORLEN (2)



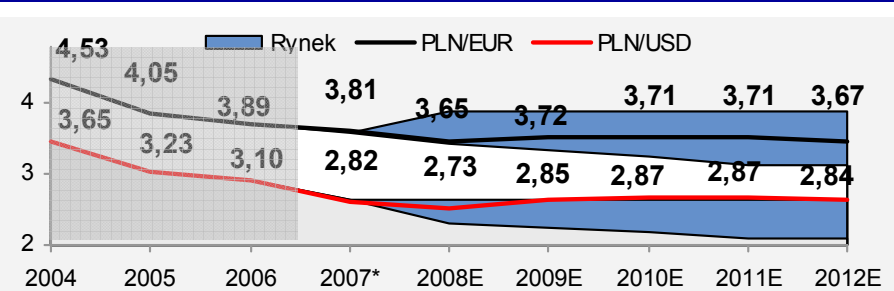
Dyferencjał Brent/Ural (USD/b)



Modelowa marża chemiczna PKN ORLEN (3)



Kursy walut



1) Modelowa marża rafineryjna PKN ORLEN = przychody ze sprzedaży produktów (88% Produkty = 22% Benzyna + 11% Nafta + 38% ON + 3% LOO + 4% JET + 10% COO) minus koszty (100% wsadu = 88% Ropa Brent + 12% zużycie własne); ceny produktów wg notowań

2) Modelowa marża petrochemiczna PKN ORLEN = przychody ze sprzedaży produktów (100% Produkty = 50% Etylen, 30% Propylen, 15% Benzen, 5% Toluen) minus koszty (100% wsadu = 70% Nafta + 30% LS VGO); ceny produktów wg notowań

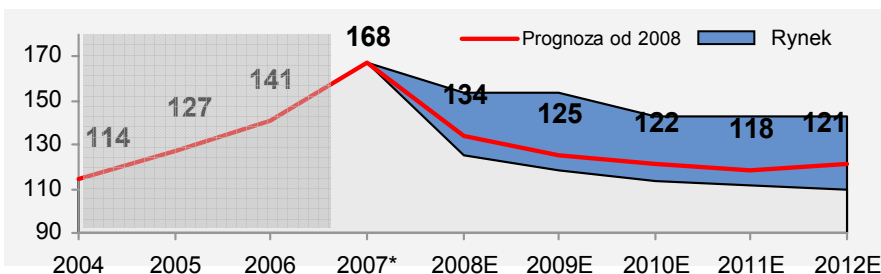
3) Modelowa marża chemiczna PKN ORLEN = przychody ze sprzedaży PCW (100%) minus koszty (47% Etylen); ceny produktów wg notowań

(*) Dane za 2007 na bazie średniej za 10 m-cy; Źródło: szacunki własne na podstawie prognoz eksperckich: CERA, CMAI, PCI, PVM, Nexant oraz banków inwestycyjnych

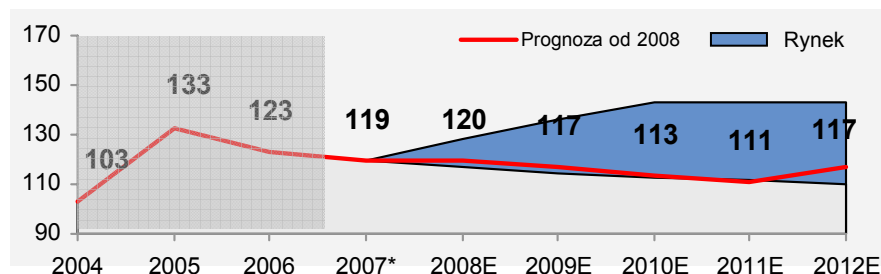
Główne założenia makroekonomiczne PKN ORLEN

Cracki na wybrane produkty rafineryjne i petrochemiczne

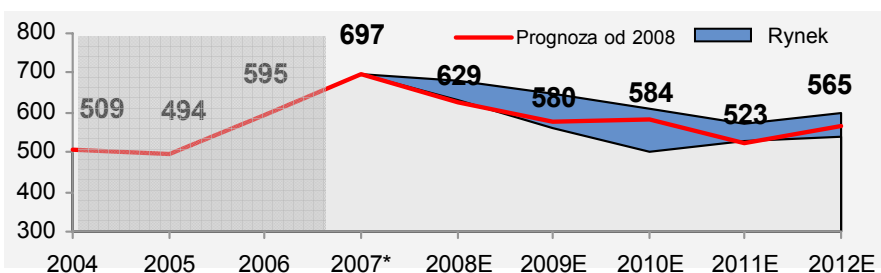
Marża crack benzyna (USD/tonę)



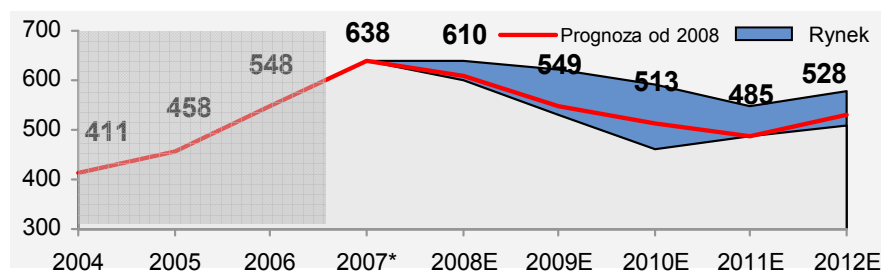
Marża crack ON (USD/tonę)



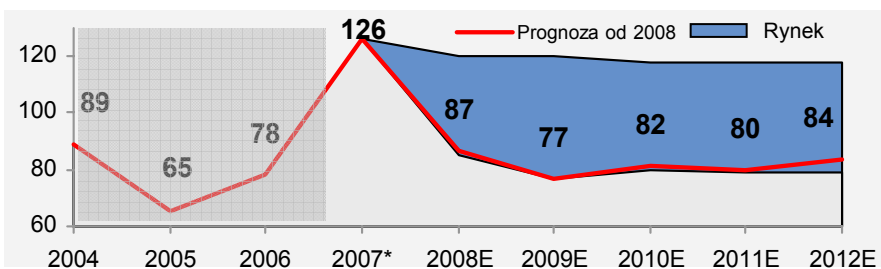
Marża crack etylen (USD/tonę)



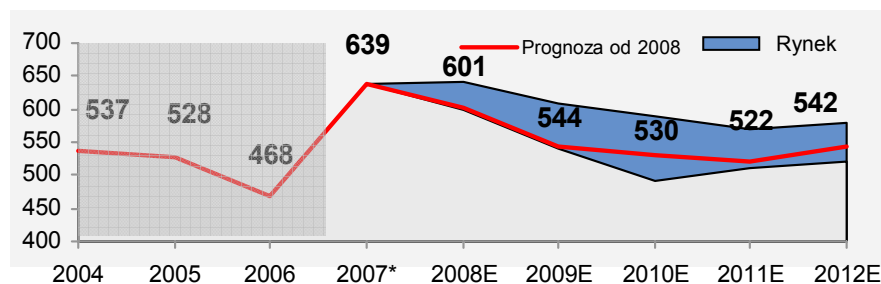
Marża crack propylen (USD/tonę)



Marża crack nafta (USD/tonę)



Marża crack paraksylen (USD/tonę)



ORLEN

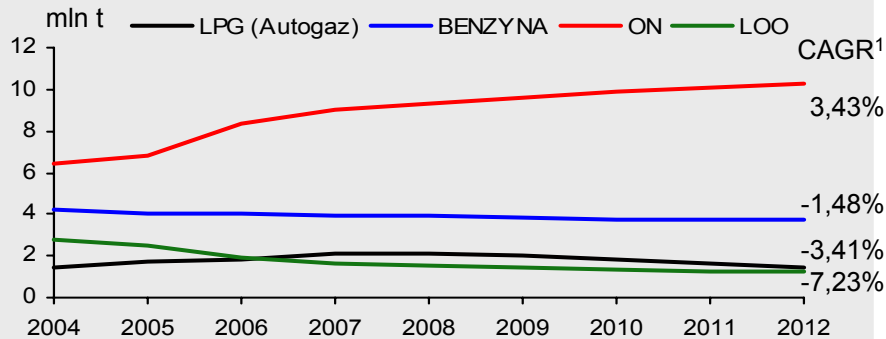
* Dane za 2007 na bazie średniej za 10 m-cy

Źródło: szacunki własne na podstawie prognoz eksperckich : CERA, CMAI, PCI, PVM, Nexant oraz banków inwestycyjnych

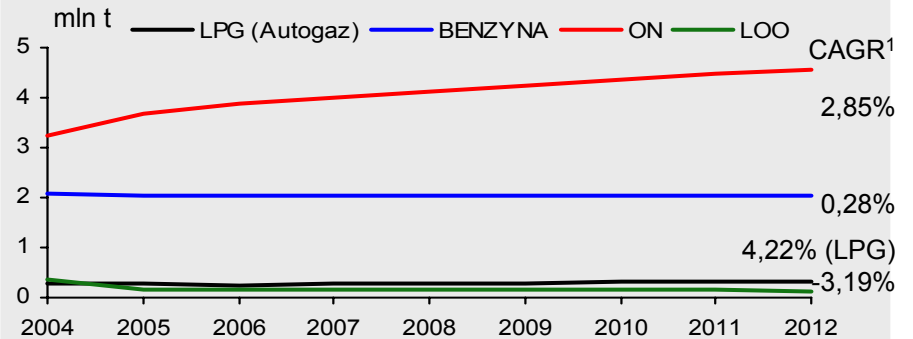
Zmiana konsumpcji paliw w regionie do 2012 roku

Przesunięcia struktury popytu w stronę średnich destylatów

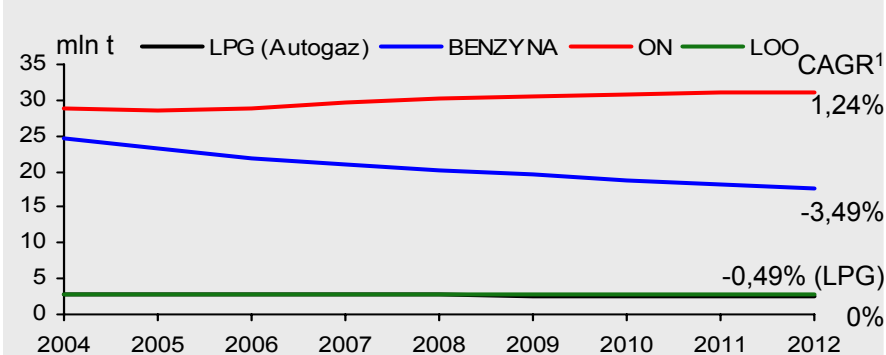
Prognoza polskiego rynku paliw CAGR¹ dla wszystkich paliw + 0,5%



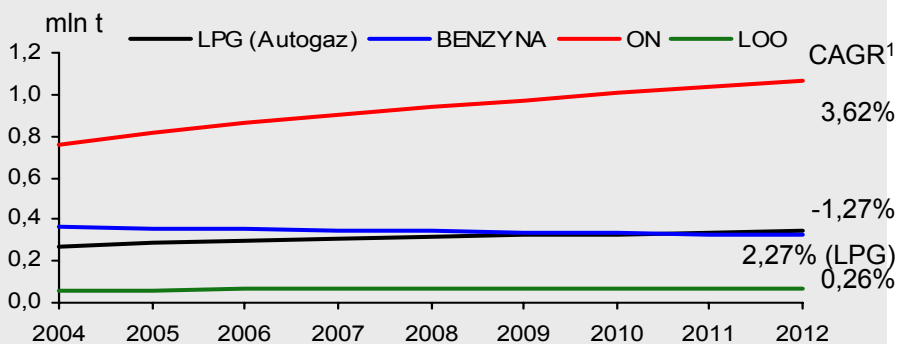
Prognoza czeskiego rynku paliw CAGR¹ dla wszystkich paliw + 2,0%



Prognoza niemieckiego rynku paliw CAGR¹ dla wszystkich paliw - 0,6%



Prognoza litewskiego rynku paliw CAGR¹ dla wszystkich paliw + 2,2%



Źródło: International Energy Agency, CMAI, Nafta Polska

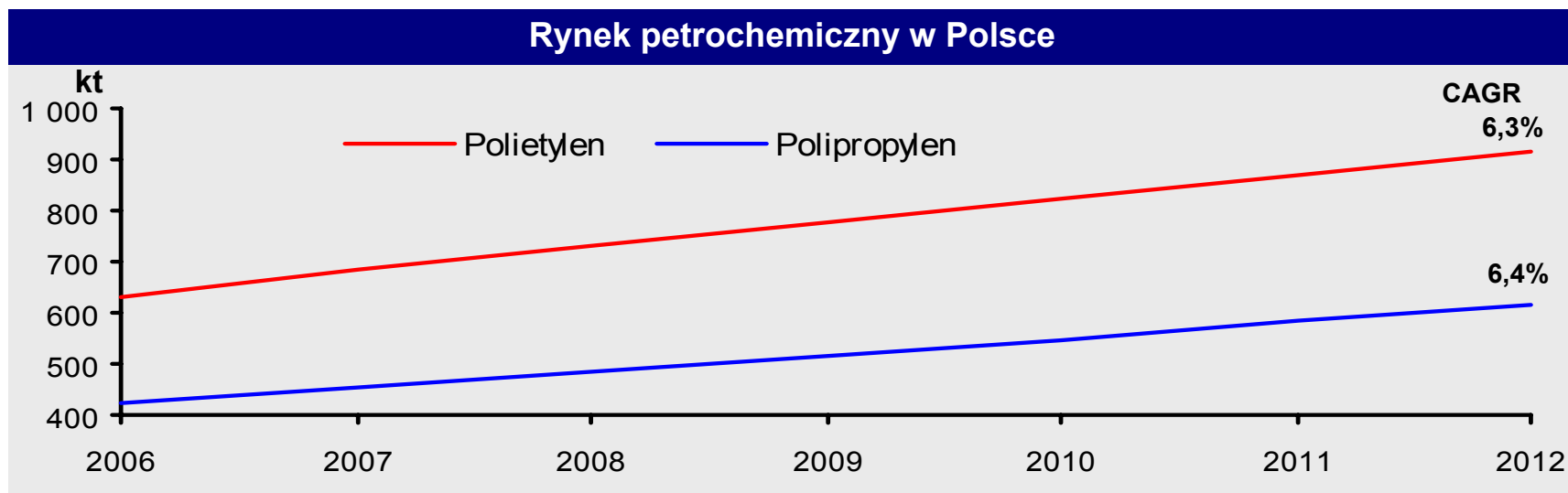
1) 2006—2012 CAGR (Compound Annual Growth Rate) średnia roczna stopa wzrostu



ORLEN

Wzrost konsumpcji wyrobów petrochemicznych do 2012 roku

Ponad 6% wzrost konsumpcji poliolefin w Polsce



- Rynek petrochemiczny w Polsce**
- 🚩 PKN ORLEN to główny producent produktów petrochemicznych w Polsce i Czechach, zaspokajający pomiędzy 40% to 100% krajowego popytu (zależnie od produktu).
 - 🚩 Zapotrzebowanie na poliolefiny w Polsce wynosi ok. 23 kg na osobę rocznie i jest jednym z najniższych w Europie (gdzie roczne śr. zużycie na osobę wynosi ok. 50 kg).
 - 🚩 Basell ORLEN Polyolefins (BOP) jest jedynym producentem poliolefin w Polsce i posiada dwa światowej klasy zakłady produkujące polipropylen i polietylen.
 - 🚩 Możliwości przetwórcze zakładów wynoszą: 400.000 ton dla polipropylenu oraz 320.000 ton dla niskociśnieniowego polietyleny o dużej gęstości (HDPE).



ORLEN

Główne aktywa naftowe i logistyczne w Europie Środkowej

Terminal Mazeikiu Nafta w Butyndze – możliwości eksportu i dostawy ropy



Rafineria (wydajność w tonach rocznie; wskaźnik złożoności Nelsona)

Rafineria Grupy PKN ORLEN

ORLEN



Terminal morski (wydajność)

— Rurociąg naftowy Ca [wydajność]

— Projektowany rurociąg naftowy

Źródło: Oil & Gas Journal (I 2005), PKN Orlen, inne, Concawe, Reuters, WMRC, EIA, NEFTE Compass, Transneft.ru

Zastrzeżenia prawne

Niniejsza prezentacja strategii Grupy PKN ORLEN na lata 2007 - 2012 ("Prezentacja") została przygotowana przez PKN ORLEN („PKN ORLEN” lub „Spółka”). Ani niniejsza Prezentacja, ani jakakolwiek kopia niniejszej Prezentacji nie może być powielona, rozpowszechniona ani przekazana, bezpośrednio lub pośrednio, jakiejkolwiek osobie w jakimkolwiek celu bez wiedzy i zgody PKN ORLEN. Powielanie, rozpowszechnianie i przekazywanie niniejszej Prezentacji w innych jurysdykcjach może podlegać ograniczeniom prawnym, a osoby do których może ona dotrzeć, powinny zapoznać się z wszelkimi tego rodzaju ograniczeniami oraz stosować się do nich. Nieprzestrzeganie tych ograniczeń może stanowić naruszenie obowiązującego prawa.

Niniejsza Prezentacja nie zawiera kompletnej ani całościowej analizy finansowej lub handlowej PKN ORLEN ani Grupy PKN ORLEN, jak również nie przedstawia jej pozycji i perspektyw w kompletny ani całościowy sposób. PKN ORLEN przygotował Prezentację z należytą starannością, jednak może ona zawierać pewne nieścisłości lub opuszczenia. Dlatego zaleca się, aby każda osoba zamierzająca podjąć decyzję inwestycyjną odnośnie jakichkolwiek papierów wartościowych wyemitowanych przez PKN ORLEN lub jej spółkę zależną opierała się na informacjach ujawnionych w oficjalnych komunikatach PKN ORLEN zgodnie z przepisami prawa obowiązującymi PKN ORLEN.

Niniejsza Prezentacja oraz związane z nią slajdy oraz ich opisy mogą zawierać stwierdzenia dotyczące przyszłości. Jednakże, takie prognozy nie mogą być odbierane jako zapewnienie czy projekcje co do oczekiwanych przyszłych wyników PKN lub spółek grupy PKN ORLEN. Prezentacja nie może być rozumiana jako prognoza przyszłych wyników PKN ORLEN i Grupy PKN ORLEN.

Należy zauważyć, że tego rodzaju stwierdzenia, w tym stwierdzenia dotyczące oczekiwań co do przyszłych wyników finansowych, nie stanowią gwarancji czy zapewnienia, że takie zostaną osiągnięte w przyszłości. Prognozy Zarządu są oparte na bieżących oczekiwaniach lub poglądach członków Zarządu Spółki i są zależne od szeregu czynników, które mogą powodować, że faktyczne wyniki osiągnięte przez PKN ORLEN będą w sposób istotny różnić się od wyników opisanych w tym dokumencie. Wiele spośród tych czynników pozostaje poza wiedzą, świadomością i/lub kontrolą Spółki czy możliwością ich przewidzenia przez Spółkę.

W odniesieniu do wyczerpującego charakteru lub rzetelności informacji przedstawionych w niniejszej Prezentacji nie mogą być udzielone żadne zapewnienia ani oświadczenia. Ani PKN ORLEN, ani jej dyrektorzy, członkowie kierownictwa, doradcy lub przedstawiciele takich osób nie ponoszą żadnej odpowiedzialności z jakiegokolwiek powodu wynikającego z dowolnego wykorzystania niniejszej Prezentacji. Ponadto, żadne informacje zawarte w niniejszej Prezentacji nie stanowią zobowiązania ani oświadczenia ze strony PKN ORLEN, jej kierownictwa czy dyrektorów, Akcjonariuszy, podmiotów zależnych, doradców lub przedstawicieli takich osób.

Niniejsza Prezentacja została sporządzona wyłącznie w celach informacyjnych i nie stanowi oferty kupna bądź sprzedaży ani oferty mającej na celu pozyskanie oferty kupna lub sprzedaży jakichkolwiek papierów wartościowych bądź instrumentów lub uczestnictwa w jakiejkolwiek przedsięwzięciu handlowym. Niniejsza Prezentacja nie stanowi oferty ani zaproszenia do dokonania zakupu bądź zapisu na jakiejkolwiek papiery wartościowe w dowolnej jurysdykcji i żadne postanowienia w niej zawarte nie będą stanowić podstawy żadnej umowy, zobowiązania lub decyzji inwestycyjnej, ani też nie należy na niej polegać w związku z jakąkolwiek umową, zobowiązaniem lub decyzją inwestycyjną.



Dziękujemy za uwagę

W celu uzyskania dalszych informacji o PKN ORLEN, prosimy
o kontakt z Biurem Relacji Inwestorskich:

telefon: + 48 24 365 33 90

faks: + 48 24 365 56 88

e-mail: ir@orlen.pl

www.orlen.pl



ORLEN