

NIJE ZA OBJAVU, DISTRIBUCIJU ILI ŠIRENJE, U CIJELOSTI ILI DJELOMIČNO, IZRAVNO ILI NEIZRAVNO, U ILI PREMA ILI IZ SJEDINJENIH AMERIČKIH DRŽAVA, AUSTRALIJE, KANADE, JAPANA, ŠVICARSKJE, MEĐUNARODNOG FINANCIJSKOG CENTRA U DUBAJU ILI JUŽNE AFRIKE ILI BILO KOJE DRUGE JURISDIKCIJE U KOJOJ JE NEZAKONITO DISTRIBUIRATI OVU OBAVIJEST



STUDENAC
MARKET

**JEDAN OD NAJBRŽE
RASTUĆIH
MALOPRODAJNIH
LANACA U SREDNJOJ
I ISTOČNOJ EUROPI**

STUDENAC

Informacije o kompaniji
7. studenog 2024.

Studenac je najveći maloprodajni lanac u Hrvatskoj po broju trgovina te najbrže rastući lanac po prihodima u posljednjih pet godina.

Studenac je utrostručio broj trgovina u svojoj mreži od 2018. godine kada je započeo sveobuhvatnu poslovnu transformaciju uz snažan organski rast i brojne akvizicije. Prema podacima s kraja rujna 2024., maloprodajnu mrežu Studenca čini više od 1.400 trgovina. Iz regionalnog lanca, Studenac se tako razvio u maloprodajni lanac dostupan kupcima širom Hrvatske, a 2024. godine ušao je i na tržište susjedne Slovenije.

Studenac se ponosi praktičnim i jednostavno dostupnim trgovinama koje ispunjavaju sve dnevne potrebe njegovih kupaca, a to se očituje i kroz razvoj njegovog karakterističnog koncepta ponude "I sitno i bitno".

Zahvaljujući jedinstvenom maloprodajnom 'proximity' konceptu, menadžment tvrtke vidi potencijal za daljnji rast kompanije. Naime, Studenac namjerava nastaviti svoj organski rast otvaranjem novih trgovina te i dalje provoditi svoju uspješnu

strategiju konsolidacije tržišta preuzimanjem drugih tržišnih igrača u Hrvatskoj i Sloveniji. Cilj kompanije je do kraja 2028. godine u svojoj mreži imati 3.400 trgovina.

Prihodi kompanije porasli su s 309,5 milijuna eura u 2021. godini na 668,1 milijun eura u 2023. godini, što predstavlja složenu godišnju stopu rasta (CAGR) od 46,9 posto. U istom razdoblju, prilagođena EBITDA¹ porasla je s 31,3 milijuna eura na 65,9 milijuna eura (CAGR od 45,1 posto). Pro forma prihodi i pro forma prilagođena EBITDA za 2023² bili su 702 milijuna eura, odnosno 70,7 milijuna eura. Cilj menadžmenta je povećati prihode Studenca za otprilike 30 posto (na pro-forma osnovi²) u 2024. godini u usporedbi s 2023. godinom s CAGR-om od 25 do 30 posto u srednjoročnom razdoblju.

Od 2018. godine, većinski vlasnik Studenca je fond kojim upravlja Enterprise Investors, jedan od najvećih private equity fondova u srednjoj i istočnoj Europi, poznat po svom jedinstvenom iskustvu i uspješnim ulaganjima u maloprodajni sektor.

¹ Za više informacija o prilagođenoj EBITDA pogledajte definiciju i izračun na stranici 5.

² Uključujući rezultate poslovanja preuzetih trgovina tijekom relevantnog perioda (te u slučaju pro forma informacija za prvih osam mjeseci 2024.) kao da su te trgovine preuzete s 1. siječnja te godine. Napomena: isto se objašnjenje odnosi na svako spominjanje pro forma rezultata u ovom dokumentu.

#1 mreža trgovina u Hrvatskoj...

Studenac je najbrže rastući maloprodajni lanac u Hrvatskoj prema prihodu u posljednjih pet godina. Zaključno s 30. rujnom 2024., mrežu trgovina Studenca čine 1.404 trgovine. To uključuje 1372 lokacije u Hrvatskoj što potvrđuje poziciju maloprodajne mreže Studenca kao najveće u Hrvatskoj, te 32 trgovine u Sloveniji nakon ulaska na to tržište u 2024. godini.

Studenac je snažno prisutan u lokalnim zajednicama diljem Hrvatske, od urbanih središta poput Zagreba i Splita do ruralnih područja s nižom gustoćom stanovništva, kao i na Jadranskoj obali i otocima koji se odlikuju jakim turističkim sektorom.

... s dokazanim poslovnim modelom kojeg karakterizira jedinstven 'proximity' format...

Studenac djeluje kroz trgovine takozvanog 'proximity' modela, što znači da su strateški pozicionirane u blizini kupaca i prilagođene specifičnim potrebama obližnje zajednice te lokalnim uvjetima (npr. razina posjećenosti kupaca, turistička ponuda). Trgovine Studenca obično se nalaze bliže kupcima i na pogodnijim lokacijama u odnosu na konkurenciju. Prema analizi konzultantske tvrtke OC&C, oko 71 posto kupaca Studenca dolaze do trgovine u manje od pet minuta (znatno kraće u usporedbi s konkurencijom), dok velik dio kupaca dolazi pešice.

Trgovine Studenca usmjerene su na ponudu "I sitno i bitno" koja omogućuje brzu i kvalitetnu kupnju koja zadovoljava sve svakodnevne potrebe kupaca.

Studenac ima jedinstvenu mrežu trgovina istog formata koje su integrirane i posluju uglavnom pod jednakim brendom, s prosječnom prodajnom površinom od 111 četvornih metara. U trgovinama Studenca dostupno je između 2.000 i 4.000 individualnih proizvoda poznatih ili privatnih robnih marki, asortiman „to go“ proizvoda te određene dodatne usluge. Privlačan je kupcima zahvaljujući svojoj ponudi za svakodnevnu kupnju dostupnu u neposrednoj blizini, sa širokim asortimanom proizvoda koji zadovoljavaju dnevne potrebe kupaca, uključujući i izbor svježih proizvoda. Za razliku od trgovina većih formata, u Studencu su usmjereni na manje kupnje lokalnih kupaca i turista, a mogu se sažeti u koncept „hrana za danas, hrana za sutra“.

...na atraktivnom, brzorastućem maloprodajnom tržištu u Hrvatskoj

Studenac primarno posluje u sektoru maloprodaje koji je u Hrvatskoj vrijedan 10,2 milijarde eura zaključno s 2023., a taj je sektor od 2018. do 2023. rastao prosječnom godišnjom stopom rasta (CAGR) od 5,5 posto. Prema analizama konzultantske kuće OC&C, za sektor maloprodaje u sljedećih pet godina očekuje se CAGR od 4,8 posto.

Dva glavna najbrže rastuća segmenta hrvatske maloprodaje po prihodima su trgovine manjeg formata poput Studenca te diskonti. Ti se segmenti

STUDENAC UKRATKO

1404

trgovine zaključno s 30. rujna 2024.

111 m²

prosječna prodajna površina po trgovini

2,000-4,000

SKU-ova po trgovini

6700+

zaposlenika zaključno 30. rujna 2024.

EUR 608,8mil.

prihoda od prodaje u 8 mjeseci u 2024. (na pro forma osnovi³)

EUR 72,1mil.

prilagođena EBITDA⁴ u 8 mjeseci u 2024. (na pro forma osnovi³)

13,1%

rast LFL⁵ prodaje u 8 mjeseci u 2024.

10

završenih akvizicija od 2018. do rujna 2024.

³ Uključujući rezultate poslovanja preuzetih trgovina tijekom relevantnog perioda (te u slučaju pro forma informacija za prvih osam mjeseci 2024.) kao da su te trgovine preuzete s 1. siječnja te godine.

⁴ Za više informacija o prilagođenoj EBITDA pogledajte definiciju i izračun na stranici 5.

⁵ Za isti broj trgovina u usporedivim razdobljima, tj. isključujući novootvorene i zatvorene trgovine.

međusobno nadopunjuju u kontekstu kupovnih navika, pri čemu kupci u diskontima kupuju na veliko, dok istovremeno posjećuju trgovine manjih formata radi praktičnosti.

Studenac je snažno prisutan i u stambenim lokacijama, koje osiguravaju stabilne prihode tijekom cijele godine, i u tipičnim turističkim središtima, putem kojih može iskoristiti sve prednosti Hrvatske kao popularne turističke destinacije. Prema analizi OC&C-a, Hrvatska je 2023. godine ugostila oko 21 milijun domaćih i stranih turista s oko 107 milijuna ostvarenih noćenja. Obzirom na uvođenje eura i ulazak Hrvatske u Schengensku zonu očekuje se povećanje broja turista, većinom iz Njemačke i drugih dijelova zapadne Europe.

Prema OC&C-u, tržišni udio Studenca u Hrvatskoj na temelju ukupnih prihoda u 2023. godini iznosio je 6,6 posto, što je porast od 4,1 postotnih bodova u odnosu na 2018. godinu. U Hrvatskoj postoje brojni neovisni tržišni igrači u sektoru maloprodaje s ukupno oko 18 posto tržišnog udjela, uključujući tradicionalne trgovine i one u sklopu benzinskih postaja. U Studencu vjeruju da im takvo stanje otvara prilike za daljnje povećanje vlastitog tržišnog udjela.

Od kompanije u obiteljskom vlasništvu do profesionalne organizacije usmjerene na rezultate

Studenac je osnovan 1991. godine u Omišu. U kolovozu 2018. Društvo je preuzeo Polish Enterprise Fund VIII (PEF VIII) kojim upravlja Enterprise

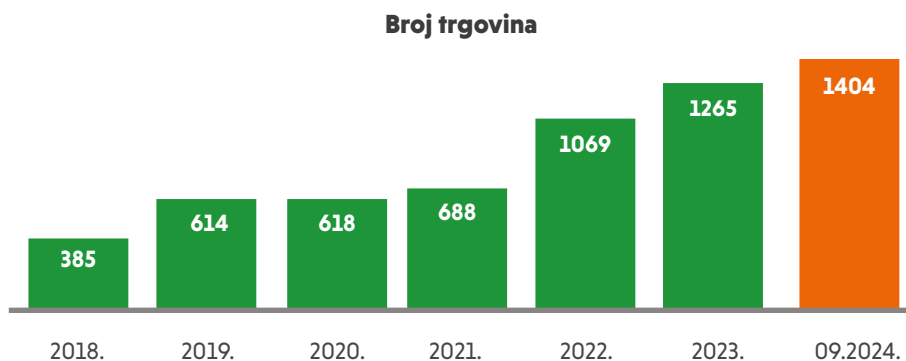


Investors, jedan od najvećih private equity fondova u srednjoj i istočnoj Europi. Enterprise Investors se može pohvaliti jedinstvenim iskustvom i uspješnim investicijama u maloprodajnom sektoru. To uključuje investiciju u kompaniju Dino Polska S.A., jednog od najvećih maloprodajnih lanaca u Poljskoj koji je uspješno izlistan na Varšavskoj burzi 2017. godine, te Profi Rom Food, najveći lanac supermarketa u Rumunjskoj kojeg su 2016. prodali drugoj private equity kompaniji.

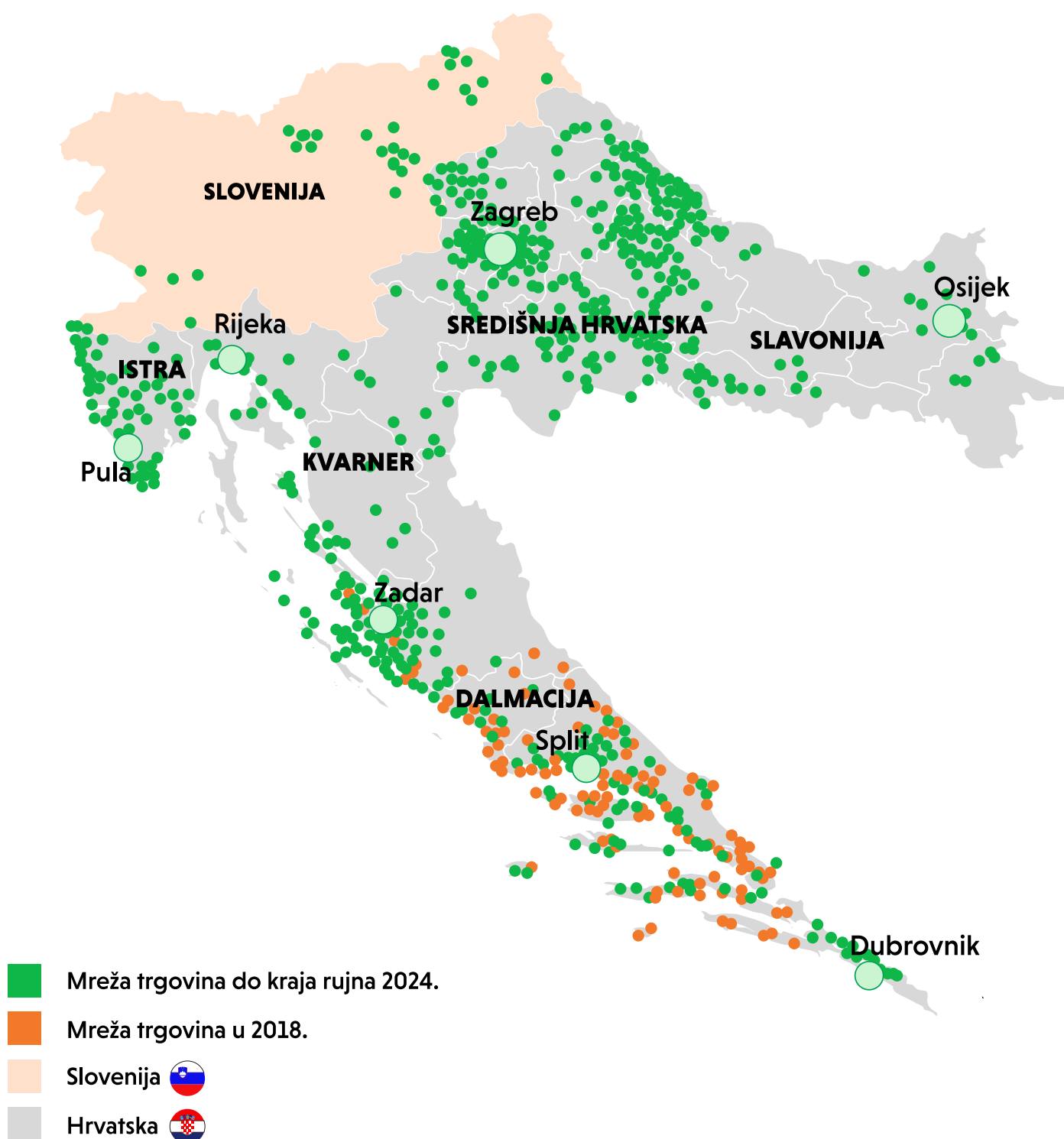
U trenutku kada ga je preuzeo PEF VIII, mreža Studenca sastojala se od 385 trgovina. Nakon akvizicije, Studencu se pridružio tim menadžera i kompa-

nija je počela ubrzano rasti. Studenac se tako transformirao iz kompanije u obiteljskom vlasništvu u profesionalnu organizaciju usmjerenu na rezultate.

S digitalizacijom duboko ukorijenjenom u DNA kompanije, Studenac je postao jedan od najbrže rastućih tržišnih igrača u maloprodajnom sektoru u Hrvatskoj. Mreža trgovina se brzo širi, organski i akvizicijama. Od 2018. do kraja rujna 2024., Studenac je otvorio 491 novu i preuzeo 725 trgovina zahvaljujući uspješnim akvizicijama lanaca Istarski Supermarketi, Sonik, Bure, Pemo, Lonia, Strahinjčica, Špar Trgovina, LA-VOR i Decentia u Hrvatskoj te lanca Kea u Sloveniji.



STUDENAC I MREŽA TRGOVINA



Snažno financijsko poslovanje s iznimnim rastom prodaje

Studenac je stalno povećavao svoje prihode zahvaljujući organskom rastu, odnosno novootvorenim vlastitim trgovinama, kao i rastu na usporedivoj osnovi (like-for-like, LFL).⁶

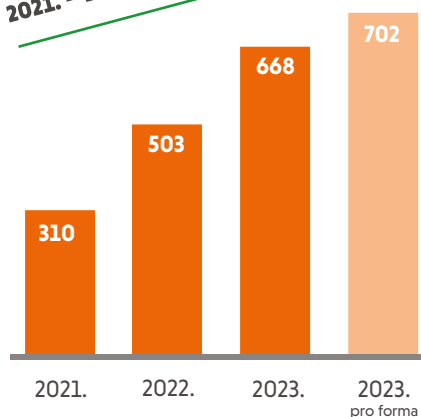
Prihodi su porasli s 309,5 milijuna eura u 2021. godini na 668,1 milijuna eura u 2023. godini, što predstavlja prosječnu godišnju stopu rasta (CAGR) od 46,9 posto. U istom razdoblju, prilagođena EBITDA⁷ povećana je s 31,3 milijuna eura na 65,9 milijuna eura (CAGR od 45,1 posto). Pro forma prihodi i pro forma prilagođena EBITDA za 2023.⁸ iznosili su 702 milijuna eura, odnosno 70,7 milijuna eura. LFL rast prihoda u Studencu iznosio je 5,6 posto u 2021., 18 posto u 2022. i 16,3 posto u 2023. godini.

U prvih osam mjeseci 2024. godine, Studenac je ostvario konsolidirani prihod od 556,5 milijuna eura, što je porast od 19,7 posto y/y s LFL rastom od 13,1 posto. U istom razdoblju, prilagođena EBITDA povećana je na 66,9 milijuna eura (+22,3 posto y/y). Pro forma prihodi i pro forma prilagođena EBITDA za prvih osam mjeseci u 2024. bili su 608,8 milijuna eura, odnosno 72,1 milijuna eura.

Cilj menadžmenta je povećati prihode Studenca za otprilike 30 posto (na pro-forma osnovi) u 2024. godini u usporedbi s 2023. godinom te CAGR-om od 25 do 30 posto u srednjoročnom razdoblju.

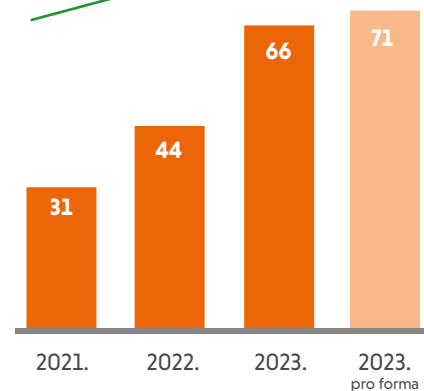
Prihodi (EUR milijuni)

2021. – 2023. CAGR: 46,9 %



Prilagođena EBITDA (EUR milijuni)

2021. – 2023. CAGR: 45,1 %



⁶ Za isti broj trgovina u usporedivim razdobljima, tj. isključujući novootvorene i zatvorene trgovine.

⁷ Za više informacija o prilagođenoj EBITDA pogledajte definiciju i izračun u okviru iznad.

⁸ Uključujući rezultate poslovanja preuzetih trgovina tijekom relevantnog perioda (te u slučaju pro forma informacija za prvih osam mjeseci 2024.) kao da su te trgovine preuzete s 1. siječnja te godine. Napomena: isto se objašnjenje odnosi na svako spominjanje pro forma rezultata u ovom dokumentu.

ŠTO JE PRILAGODENA EBITDA?⁹

To je Post-MSFI 16 EBITDA prilagođena za **događaje koji nisu povezani s glavnom aktivnošću Studenca**, kao što su **troškovi povezani s procesima dubinske analize poslovanja**¹⁰ te **troškovi u procesima spajanja i akvizicija kao i troškovi integracije nakon spajanja**¹¹.

(EUR milijun, nerevidirano)	2021.	2022.	2023.
EBITDA nakon primjene MSFI 16	30,2	40,2	62,5
Prilagođena EBITDA nakon primjene MSFI 16	31,3	43,6	65,9

⁹ Prilagođena EBITDA nakon primjene MSFI 16 mjeri rezultate poslovanja Studenca nakon što se eliminiraju razlike u poslovanju uzrokovane varijacijama u kapitalnoj strukturi, poreznoj poziciji te troškovima amortizacije i deprecijacije, kao i troškovima koji su povezani s rastom obima poslovanja i nisu izravno vezani uz maloprodajno poslovanje Studenca. Menadžment tako može procijeniti rezultate poslovanja Studenca koji su isključivo povezani s aktivnostima u maloprodaji.

¹⁰ Uključujući troškove vezane uz komercijalno, financijsko, porezno i pravno dubinsko snimanje te diskrecijske bonuse isplaćene zaposlenicima koji su sudjelovali u procesu dubinskog snimanja.

¹¹ Uključujući bonuse za vanjske zaposlenike, troškove povezane s procesom integracije preuzetih tvrtki te troškove pravnih, financijskih i drugih savjetnika koji su nastajali tijekom završenih akvizicija.



... i širenje izvan granica Hrvatske

Menadžment također smatra da je format trgovina Studenca prikladan za širenje u inozemstvo. Studenac je 2024. ušao na tržište Slovenije koja ima povoljne tržišne karakteristike, slične onima u Hrvatskoj.

Slovenija ima zanimljivo makroekonomsko i demografsko okruženje, uključujući članstvo u eurozoni te najviši BDP po stanovniku među 11 članica Europske unije iz središnje i istočne Europe (prema podacima Eurostata za 2023.).

Prema mišljenju menadžmenta, format trgovina Studenca dobro je prilagođen slovenskom tržištu, a i slični su ukusi i navike slovenskih i hrvatskih potrošača. Prema analizi OC&C-a, u Sloveniji postoji oko 700 potencijalnih lokacija pogodnih za format Studenca (takozvane 'white-space' lokacije).

Cilj: 3.400 trgovina do kraja 2028.

Studenac planira imati 3400 trgovina u svojoj mreži do kraja 2028. godine i to otvaranjem novih trgovina te akvizicijama drugih tržišnih igrača u Hrvatskoj i Sloveniji.

Odobrenje za otvaranje trgovina na novim lokacijama u Studencu je utemeljeno na podacima i to zahvaljujući naprednom alatu za procjenu lokacija. Alat se zasniva na automatiziranim preporukama za procjenu lokacija, a koristi i strojno učenje za precizniju identifikaciju prikladnih lokacija za nove trgovine. Zahvaljujući takvom alatu, otvaranje novih trgovina je brže i učinkovitije, a istovremeno smanjuje i broj zatvaranja trgovina jer alat preporučuje lokacije s potencijalom za dobro poslovanje.

Daljnji rast u Hrvatskoj...

Menadžment kompanije vjeruje da je Studenac povoljno pozicioniran za daljnji rast u Hrvatskoj. Strategija Studenca temelji se na nekoliko čimbenika rasta, uključujući povećanje opsega poslovanja i fleksibilnost, LFL rast, poboljšanje ponude i unapređenje korisničkog iskustva.

Studenac planira nastaviti rasti organski, odnosno otvaranjem novih trgovina u Hrvatskoj. U cijeloj 2024. godini kompanija planira otvoriti oko 140 trgovina, a menadžment očekuje povećanje broja novih trgovina svake godine na osnovu prilika za nova otvaranja

(takozvani 'white space') u Hrvatskoj. Konzultantska tvrtka OC&C procjenjuje da postoji 3.200 lokacija pogodnih za format Studenca diljem Hrvatske.

Studenac namjerava nastaviti provoditi svoju provjerenu strategiju konsolidacije tržišta akvizicijama drugih tržišnih igrača. Rascjepkanost hrvatskog maloprodajnog tržišta privlačna je konsolidatoru kao što je Studenac, jednako kao i sve veća važnost kupnje u trgovinama u neposrednoj blizini, što ide u prilog poslovnom modelu Studenca. Studenac je već potvrdio svoje iskustvo u akvizicijama i uspješnoj integraciji drugih maloprodajnih lanaca iz cijele zemlje.

Studenac je usmjeren na povećanje svoje učinkovitosti i profitabilnosti zahvaljujući, između ostalog, digitalnim alatima u strateškim područjima poslovanja. Digitalizacija i inovacije duboko su ukorijenjene u organizaciju i to zahvaljujući internom centru izvrsnosti - Studenac Digital, sa sjedištem u Zagrebu. Menadžment kompanije vjeruje da nova rješenja, poput naprednih alata za analitiku u određivanju cijena i promocija, omogućuju Studencu konkurentsku prednost na lokalnom tržištu.

Studenac namjerava nastaviti razvijati svoju logistiku i opskrbni lanac kako bi unaprijedio kvalitetu svježih proizvoda i njihovu dostupnost na policama te skratio vrijeme isporuke u trgovine. Poboljšanje kvalitete svježih proizvoda ključni je čimbenik u strategiji Studenca koja cilja povećanje udjela svježih proizvoda u prodajnom asortimanu. To je važno ne samo za poboljšanje marže, već i kao pokretač LFL rasta.

Studenac je u procesu transformacije i centralizacije svoje logističke strukture kako bi podržao rast i poboljšao profitabilnost. Kompanija planira udvostručiti udio centraliziranih isporuka s 33 posto u 2023. na 65 posto do 2028. godine, čime će povećati učinkovitost i profitabilnost. To će postići i pregovorima o boljim uvjetima s dobavljačima.

Posvećenost Studenca ESG-u

Studenac je ekološki osviještena organizacija usmjerena na smanjenje svog ugljičnog otiska. To planira postići inicijativama za uštedu energije te korištenjem obnovljivih izvora energije. Od 2021. godine, Studenac posjeduje ZelEn (zelena energija) certifikat. To znači da 90



posto energije koju kompanija koristi, dolazi iz obnovljivih izvora energije kupljenih od HEP Grupe.

Inicijative za očuvanje biološke raznolikosti Studenca uključuju projekt „Korak bliže prirodi“, pokrenut 2020. godine kroz koji provodi akcije čišćenja mora duž jadranske obale te potiče urbanu bioraznolikost. U sklopu projekta Studenac je pokrenuo i inicijativu za zaštitu podzemnih voda.

Društvene inicijative Studenca usmjerene su i na projekte za lokalnu zajednicu, što uključuje podršku nevladinim organizacijama kroz poticanje raznolikosti i uključivosti. Naime, Studenac je 2021. godine pokrenuo projekt „Korak bliže zajednici“ s ciljem podrške nevladinim organizacijama, socijalno ugroženim i ranjivim skupinama te djeci, kao i promocije zdravstvenih tema.



Stručnjaci u Upravi s raznovrsnim vještinama i iskustvom

Upravu Studenca čine inozemni stručnjaci s iskustvom u različitim maloprodajnim trgovačkim lancima i iskusni lokalni menadžeri koji dobro poznaju sektor maloprodaje i hrvatsko tržište.



Michał Seńczuk
Predsjednik Uprave (CEO)



Michał Halwa
Član Uprave za financije (CFO)



Dragan Baškarad
Član Uprave za operativne
poslove (COO)



Filip Bilanović
Član Uprave za razvoj
poslovne mreže (CDO)



Rafał Cieślakowski
Član Uprave za komercijalne
poslove (CCO)



Nina Mimica
Članica Uprave
za inovacije (CINO)



Andrija Topić
Član Uprave za
akvizicije i integracije (CAIO)

OVDJE SADRŽANE INFORMACIJE NISU ZA OBJAVLJIVANJE, PUBLIKACIJU ILI DISTRIBUCIJU, U CIJELOSTI ILI DJELOMIČNO, IZRAVNO ILI NEIZRAVNO, ZA, IZ, ILI U SJEDINJENIM AMERIČKIM DRŽAVAMA, AUSTRALIJI, KANADI, JAPANU, ŠVICARSKOJ, MEĐUNARODNOM FINANCIJSKOM CENTRU U DUBAJU ILI JUŽNOJ AFRICI ILI BILO KOJOJ DRUGOJ JURISDIKCIJI U KOJOJ JE DISTRIBUCIJA OVE OBJAVE PROTUZAKONITA.

Ova objava je oglas, a ne prospekt u smislu Uredbe (EU) 2017/1129 Europskog Parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o prospektu koji je potrebno objaviti prilikom javne ponude vrijednosnih papira ili prilikom uvrštavanja za trgovanje na uređenom tržištu te stavljanju izvan snage Direktive 2003/71/EZ (u daljnjem tekstu: „**Uredba o prospektu**“) i nije ponuda vrijednosnih papira za prodaju ili upis u bilo kojoj jurisdikciji, uključujući za ili u Sjedinjenim Američkim Državama, Australiji, Kanadi, Japanu, Švicarskoj, Međunarodnom Financijskom Centru u Dubaiju ili Južnoj Africi.

Niti ova objava niti bilo što u njoj sadržano neće činiti osnovu niti će se na nju oslanjati u vezi s bilo kojom ponudom ili obvezom u bilo kojoj jurisdikciji. Potencijalnim ulagateljima savjetuje se da pročitaju prospekt prije donošenja odluke o ulaganju kako bi u potpunosti razumjeli moguće rizike i koristi povezane s odlukom o ulaganju u vrijednosne papire. Ulagatelji ne bi trebali upisivati, niti kupovati bilo koje dionice navedene u ovoj objavi osim isključivo na temelju informacija sadržanih u konačnom prospektu (zajedno sa svim dodacima i objavama ažuriranja uz njega, kako je relevantno, „**Prospekt**“), uključujući tamo navedenih čimbenika rizika, koje može objaviti Studenac Group S.A., dioničko društvo (*société anonyme*) osnovanog i postojećeg prema zakonima Velikog Vojvodstva Luksemburg, sa sjedištem u 1, Rue Jean Piret, L-2350 Luksemburg, Veliko Vojvodstvo Luksemburg, upisano u Trgovačkom registru i registru društava Luksemburg (*Registre de commerce et des sociétés, Luxembourg*) pod brojem B 218210 (u daljnjem tekstu: „**Društvo**“) u vezi s ponudom dionica Društva („**Dionice**“) („**Ponuda**“) te uvrštenjem i uvođenjem takvih Dionica radi trgovanja na uređenom tržištu Varšavske burze („**WSE**“) i uvrštenjem takvih Dionica radi trgovanja na uređenom tržištu Zagrebačke burze („**ZSE**“) („**Uvrštenje**“). Odobrenje Prospekta ne treba shvatiti kao poticanje u vezi vrijednosnih papira ponuđenih ili uvrštenih radi trgovanja na uređenom tržištu.

Kopiju bilo kojeg Prospekta zajedno s njegovim sažetkom prevedenim na poljski i hrvatski jezik objavit će Društvo na mrežnoj stranici Društva (www.studenacgroup.eu) i na mrežnoj stranici Luksemburške burze (www.luxse.com).

Ova objava upućena je i odnosi se isključivo na (i) osobe u Poljskoj, koje su fizičke osobe (pojedinci), pravne osobe (korporativni subjekti) i nekorporativni subjekti osim pojedinaca (organizacijska jedinica bez pravne osobnosti) te institucionalne ulagatelje u svakom slučaju u skladu s Uredbom S prema Zakonu o vrijednosnim papirima SAD-a iz 1933., s izmjenama i dopunama („**Zakon o vrijednosnim papirima SAD-a**“), (ii) osobe u Hrvatskoj, koje su fizičke osobe (pojedinci), pravne osobe (korporativni subjekti) i nekorporativni subjekti osim pojedinaca (organizacijska jedinica bez pravne osobnosti) te institucionalne ulagatelje u svakom slučaju u skladu s Uredbom S prema Zakonu o vrijednosnim papirima SAD-a, (iii) kvalificirane institucionalne kupce u Sjedinjenim Američkim Državama, kako su definirani i u skladu s Pravilom 144A (eng. *Rule 144A*) prema Zakonu o vrijednosnim papirima SAD-a, i (iv) određene institucionalne ulagatelje izvan Sjedinjenih Američkih Država, Poljske i Hrvatske u skladu s Uredbom S i u skladu s iznimkom od obveze objave prospekta prema Uredbi o prospektu.

U Ujedinjenom Kraljevstvu ova obavijest se distribuira i upućuje isključivo na „kvalificirane ulagatelje“ u smislu EU Uredbe o prospektu (2017/1129/EU), koja je dio zakonodavstva Ujedinjenog Kraljevstva temeljem Sporazuma o povlačenju iz Europske unije iz 2018. godine (eng. *European Union Withdrawal Act 2018*) i koji: (i) imaju profesionalno iskustvo u pitanjima koja se odnose na ulaganja i koji potpadaju pod definiciju „profesionalnih ulagatelja“ u smislu članka 19(5) Zakona o financijskim uslugama i tržištima kapitala iz 2000. godine (Financijska promocija) Odluka iz 2005. godine (eng. *Financial Services and Markets Act 2000, (Financial Promotion) Order 2005*) (u daljnjem tekstu: „**Odluka**“); ili (ii) su pojedinci visoke neto vrijednosti i druge osobe kojima se takva komunikacija inače može zakonito uputiti prema članku 49(2)(a) do (d) Odluke (sve takve osobe zajedno se nazivaju „**Relevantne osobe**“). Ova obavijest ne smije se primjenjivati na niti na nju smiju oslanjati osobe koje nisu Relevantne osobe. Bilo koje ulaganje ili investicijska aktivnost na koju se odnosi ova obavijest dostupna je isključivo Relevantnim osobama i provodit će se samo s Relevantnim osobama.

Sadržaj ove objave pripremio je te je za nju isključivo odgovorno Društvo. Informacije sadržane u ovoj objavi pružaju se isključivo u informativne svrhe i ne predstavljaju cjelovite ili potpune informacije. Nijedna osoba ne smije se oslanjati na informacije sadržane u ovoj objavi niti na njihovu točnost, pravednost ili potpunost u bilo koju svrhu. Informacije sadržane u ovoj objavi podložne su promjenama.

Izjave sadržane ovdje mogu predstavljati „izjave o budućim događajima“. Izjave o budućim događajima općenito se mogu prepoznati po korištenju određenih riječi, uključujući, ali ne ograničavajući se na: „moći“, „htjeti“, „trebati“, „planirati“, „očekivati“, „predviđati“, „procjenjivati“, „vjerovati“, „namjeravati“, „projektirati“, „ciljati“ ili „usmjeravati“ ili negacije tih riječi ili druge varijacije tih riječi ili usporedivu terminologiju.

Izjave o budućim događajima temelje se na trenutačnim očekivanjima i uključuju niz poznatih i nepoznatih rizika, nesigurnosti i drugih čimbenika koji mogu uzrokovati da stvarno financijsko stanje Društva ili industrije, rezultati poslovanja ili izvedba budu značajno drugačiji od bilo kojeg budućeg financijskog stanja, rezultata poslovanja ili izvedbe izraženih ili impliciranih takvim izjavama o budućim događajima. Osobe koje pregledavaju ovu objavu ne bi se trebale previše oslanjati na izjave o budućim događajima, a osim ako zakon drugačije ne nalaže, Društvo se ne obvezuje javno ažurirati ili revidirati bilo koje izjave o budućim događajima iznesene ovdje, bilo kao rezultat novih informacija, budućih događaja ili na neki drugi način.

Osim ako nije drugačije naznačeno, podaci o tržištu, industriji i konkurentskoj poziciji su procjene (i prema tome, približni) te ih treba tretirati s oprezom. Takve informacije nisu revidirane niti neovisno potvrđene, a Društvo nije provjerilo ekonomske pretpostavke na kojima se temelje.