



PROPOZYCJA
PARTNERSTWA

dla

FORTIS
INVESTMENTS

BLACK WHALE
Real Estate Co.

Materiał zawiera informacje poufne, objęte tajemnicą przedsiębiorstwa
Black Whale Sp. z o.o. i jest przeznaczony do wyłącznego użytku adresata.

Black Whale Sp. z o.o.
ul. Żelazna 2, 40-852 Katowice

NIP: 6343021708
REGON: 524794626
KRS: 0001026229

biuro@blackwhale.pl
tel. 507-508-334
www.blackwhale.pl

Katowice, dnia 03.01.2025 r.

Szanowni Państwo,

W imieniu swoim oraz zespołu Black Whale serdecznie dziękuję za zainteresowanie zapoznaniem się z propozycją współpracy, opierającej się na wykorzystaniu naszych wzajemnych zasobów, w celu zwiększenia dynamiki rozwoju obu naszych przedsiębiorstw w nadchodzących latach. Wierzę, że nasza kooperacja mogłaby zaowocować wytworzeniem synergii, będącej źródłem wielu obopólnych korzyści. Dlatego liczę, że wpisze się ona idealnie w Państwa strategię rozwoju i spotka z entuzjastycznym przyjęciem.



Mariusz Wilner

Prezes Zarządu
Black Whale Sp. z o.o.

SPIS TREŚCI

<i>I – Black Whale</i>	5
1. Działalność firmy	6
2. Zespół	12
3. Rozwój	16
<i>II – Propozycja współpracy</i>	19
1. Obszary współpracy	20
2. Objęcie udziałów	23
3. Możliwości rozwoju współpracy	30

1. DZIAŁALNOŚĆ FIRMY

1. PROPOZYCJA WARTOŚCI

OBSZAR DZIAŁALNOŚCI

Jesteśmy firmą specjalizującą się w transakcjach kupna-sprzedaży nieruchomości nabywanych na cele inwestycyjne: gruntów niezabudowanych pod projekty deweloperskie w wielu sektorach rynku (mieszkaniowym, biurowym, handlowym, hotelowym, przemysłowym) oraz gruntów zabudowanych budynkami wielkopowierzchniowymi oraz wielolokalowymi. Dostarczamy oferty typu *off-market* na sprecyzowane zapotrzebowanie oraz reprezentujemy właścicieli pragnących zbyć posiadane nieruchomości lub składające się z nich portfele inwestycyjne, utrzymując relacje z inwestorami poszukującymi ofert o konkretnych parametrach.

STRUKTURA KLIENTÓW

Wspieramy przedsiębiorstwa deweloperskie wielu sektorów, firmy zajmujące się obrotem na rynku nieruchomości, fundusze inwestycyjne, biura rodzinne, międzynarodowe firmy inwestycyjne, inwestorów indywidualnych, a także podmioty reprezentujące liczne gałęzie branż: handlowej, hotelowej, magazynowej, produkcyjnej oraz energetycznej.

MISJA FIRMY

Nawiązywać długoterminowe i satysfakcjonujące relacje z inwestorami z całego świata, zainteresowanymi realizacją inwestycji w Polsce oraz innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej, obsługując ich na najwyższym światowym poziomie i pomagając w przeprowadzaniu zyskownych i bezpiecznych transakcji. Tworzyć sieć popytu-podaży nieruchomości, stanowiącą dla naszych klientów niewyczerpane źródło atrakcyjnych ofert typu *off-market* oraz zapewniającą niezrównaną efektywność w uwalnianiu kapitału ulokowanego w aktywach nieruchomościowych, przy jednoczesnym zachowaniu najwyższego poziomu dyskrekcji świadczonych usług. Bycie cenionym partnerem dla tysięcy inwestorów, korzystnie wpływając na płynność posiadanych przez nich aktywów oraz zakres możliwości inwestycyjnych, realnie przyczyniając się do wzrostu tempa rozwoju ich biznesów, a także wzrostu konkurencyjności całego regionu CEE pod względem atrakcyjności lokowania kapitału inwestycyjnego.

WARTOŚĆ DLA KLIENTÓW

- dostarczanie ofert typu *off-market* na sprecyzowane zapotrzebowanie;
- generowanie popytu na nieruchomości w oparciu o rozbudowaną sieć bezpośrednich relacji;
- wysoki stosunek dyskrekcji procesu sprzedaży do potencjału zbycia nieruchomości;
- niskie ryzyko nadmiernej ekspozycji ofert;
- kompleksowa obsługa transakcji, oparta na kooperacji specjalistów z różnych dziedzin.

2. PROBLEM I ROZWIĄZANIE

PROBLEM STRONY NABYWAJĄCEJ

Na rynku nieruchomości konkurują ze sobą tysiące podmiotów, których sukces uzależniony jest od efektywnego pozyskiwania atrakcyjnych dla prowadzonej działalności terenów i budynków. Trudności w pozyskaniu gruntów pod zabudowę dotyczą inwestorów ze wszystkich sektorów rynku, stanowiąc najczęściej wymieniany przez deweloperów czynnik hamujący rozwój ich przedsiębiorstw. Podstawowymi przyczynami takiego stanu rzeczy są malejąca dostępność atrakcyjnych terenów, wzrost konkurencji oraz wysokie ceny. W związku z omawianymi trudnościami, mamy do czynienia z kurczeniem się zasobów banków ziemi, budowanych przez inwestorów w latach ubiegłych. Jednakże, aby utrzymać skalę działalności na odpowiednio wysokim poziomie w przyszłości, inwestorzy cały czas muszą dbać o skuteczną akwizycję nowych terenów. Zwiększenie liczby pozyskiwanych ofert nieruchomości wpisujących się w realizowaną strategię, zanim zrobi to konkurencja, stanowi nie tylko pożądany, lecz często wręcz kluczowy czynnik rozwoju biznesu i wzrostu efektywności operacyjnej podmiotów obecnych na rynku nieruchomości.

PROBLEM STRONY ZBYWAJĄCEJ

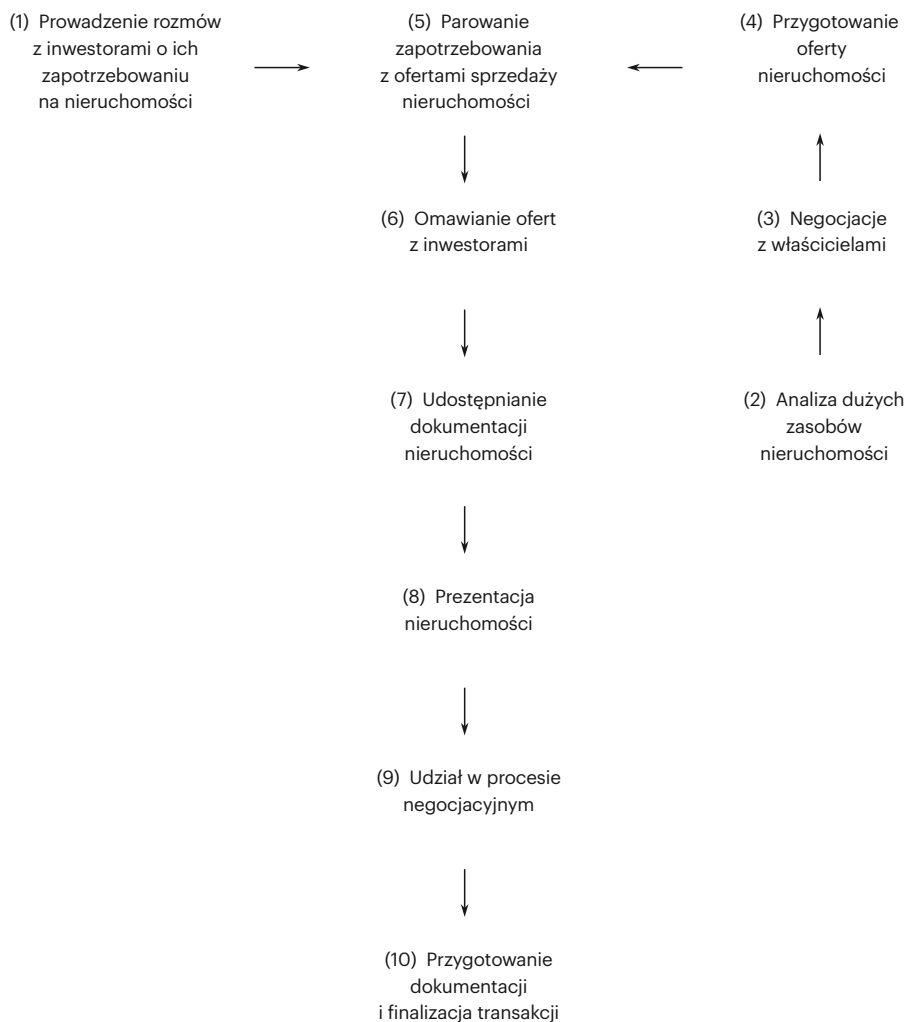
Właściciele nieruchomości o przeznaczeniu inwestycyjnym mierzą się z licznymi trudnościami w pozyskaniu nabywców na posiadane aktywa. Proces ten może trwać bardzo długo, a głównymi czynnikami determinującymi jego zręczność są zdolność docierania do odpowiedniej liczby klientów poszukujących ofert o zbieżnych parametrach, a także skłaniania ich do podejmowania rozmów i uruchamiania procesów analitycznych. Paradoxem jest, iż zwiększanie skali docierania do klientów, gdy wykorzystuje się w tym celu kanały masowe (np. portale ogłoszeniowe), nie musi przekładać się na efektywność sprzedaży, a najczęściej przynosi skutki odwrotne do zamierzonych. Inwestorzy tracą bowiem zainteresowanie ofertami ogólnodostępnymi w internecie, czego przyczynami są prawdopodobnie zbyt wysoka postrzegana konkurencja, tworząca obawę o zmarnowanie czasu poświęconego na przeprowadzenie niezbędnych analiz, a także wątpliwości związane z brakiem dotychczasowego zainteresowania rynku ofertą.

ROZWIĄZANIE

Dzięki posiadanym przez nas relacjom z szerokim gronem uczestników rynku, przy jednoczesnej dogłębnej znajomości ich bieżących potrzeb, jesteśmy w stanie efektywnie łączyć podaż z popytem, pomagając w przeprowadzaniu transakcji w sposób jak najlepiej dostosowany do potrzeb obu stron. Taki model działania pozwala właścicielom na pełną dyskrecję, dając pewność, że oferta trafi wyłącznie na biurka inwestorów poszukujących nieruchomości o ściśle zbieżnych parametrach, z kolei inwestorom umożliwia otrzymywanie perfekcyjnie dopasowane do ich potrzeb, planów i preferencji ofert nieruchomości niedostępnych dla ogółu rynku, co wpływa na poczucie unikatowości ofert i zachęca do poświęcenia czasu na ich analizę.

3. SPRZEDAŻ

SCHEMAT INICJOWANIA TRANSAKCJI



STRATEGICZNE CELE SPRZEDAŻY

1. Chcemy dogłębnie poznawać i rozumieć przedsiębiorstwa naszych klientów, ich modele biznesowe, strategie inwestycyjne, schematy działania, procesy analityczne i decyzyjne.
2. Chcemy pozyskiwać jak najwięcej informacji na temat parametrów poszukiwanych przez klientów nieruchomości.
3. Chcemy efektywnie pozyskiwać dla klientów duże zasoby ofert coraz lepiej dopasowanych do ich potrzeb i preferencji.

4. Chcemy budować głębokie i długoterminowe relacje z osobami reprezentującymi różne szczeble hierarchii w przedsiębiorstwach będących naszymi klientami, opierając je na zaufaniu i silnym zaangażowaniu w rozwój działalności klientów.

5. Chcemy być skutecznym partnerem i pierwszym wyborem dla naszych klientów w zakresie sprzedaży wszelkich posiadanych przez nich nieruchomości o charakterze inwestycyjnym.

ETAPY PROCESU SPRZEDAŻY

Transakcje na rynku nieruchomości to skomplikowane procesy, a bycie partnerem dla podmiotów prowadzących działalność deweloperską, zajmujących się obrotem nieruchomościami lub wykorzystujących tę klasę aktywów do realizowania działalności biznesowej w różnych sektorach rynku (PRS, biurowym, usługowym, handlowym, hotelowym, produkcyjnym, magazynowym) wymaga zaangażowania wielu wykwalifikowanych specjalistów oraz efektywnego systemu ich współpracy.

W Black Whale dzielimy proces inicjowania i obsługi transakcji, od wstępnej analizy nieruchomości, po finalizację umów kupna-sprzedaży, na 27 etapów, z których każdy realizowany jest przez osoby wyspecjalizowane w wąskich obszarach działania. Dzięki temu, współpracownicy mogą skupiać się na uzyskiwaniu coraz wyższej biegłości i doskonaleniu metod pracy, a jako że wynagrodzenia poszczególnych członków zespołu uzależnione są od efektywności całego łańcucha działań, naturalną konsekwencją jest promowanie przez system współpracy, minimalizując mniej efektywne współzawodnictwo. Innymi korzyściami dla spółki, wynikającymi z modelu opartego o podział procesów na wiele etapów, jest wysoka systematyzacja procesów, wysoki poziom kontroli nad realizowanymi działaniami i wskaźnikami efektywności, a także skuteczne utrzymywanie w tajemnicy kompleksowego *know-how* przedsiębiorstwa.

4. PRZEWAGI RYNKOWE

KLUCZOWE PRZEWAGI

- unikatowy w skali kraju model generowania wartości dla klientów, znacząco przewyższający możliwości podmiotów konkurencyjnych w zakresie efektywności w organizowaniu podaży i popytu na rynku nieruchomości gruntowych nabywanych na cele inwestycyjne;
- posiadanie wytworzonych przez spółkę zasobnych baz danych oraz efektywnych procesów korzystania z nich w celu realizacji modelu biznesowego spółki;
- posiadanie zasobnej bazy wiedzy o zapotrzebowaniu na nieruchomości uczestników polskiego rynku nieruchomości, opartej na setkach spotkań i rozmów;
- podział procesu inicjowania i obsługi transakcji na 27 etapów, realizowanych przez osoby realizujące kilkanaście wyspecjalizowanych funkcji, pozwalający zespołowi funkcjonować jak samoregulująca się maszyna, promująca współpracę, żwawe tempo działania i wysoki poziom motywacji współpracowników.

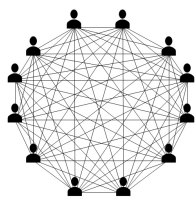
ZAAWANSOWANA ANALITYKA

Kluczowym czynnikiem wpływającym na efektywne łączenie sprzedających z nabywającymi jest analityka dotycząca dopasowania poszczególnych ofert do konkretnych odbiorców, mająca na celu maksymalizowanie szans na pozytywny przebieg rozmów, przy kierowaniu ofert do jak najmniejszej liczby odbiorców. Danymi branymi pod uwagę obecnie są: szczegółowe cechy ofert, poziom zdobytej wiedzy nt. zapotrzebowania, dopasowanie poszczególnych parametrów oferty do zapotrzebowania, preferowane warunki procedowania transakcji, planowana forma finansowania, deklarowana ranga ważności oraz stopień pilności zapotrzebowania, liczba otrzymanych dotychczas ofert oraz statystyki związane z podejmowanymi w ich następstwie działaniami, ocena wcześniejszego zaangażowania inwestora we współpracę oraz poziom głębokości zbudowanej z nim relacji.

EFEKT SIECIOWY

Efekt sieciowy to mechanizm ekonomiczny, który odnosi się do produktów i usług, których wartość rośnie wraz ze wzrostem liczby ich użytkowników, gdyż każdy nowy członek sieci zwiększa ogólną użyteczność systemu, podnosząc efektywność wymiany informacji. Przykładami takich systemów są popularne platformy społecznościowe (Facebook, Instagram, LinkedIn) czy handlowe (Amazon, Ebay, Allegro), a także sama sieć internetowa czy sieć telefonii komórkowej.

Black Whale, jako hub łączący inwestorów na rynku nieruchomości, również korzysta z efektu sieciowego. Rosnąca liczba obsługiwanych inwestorów prowadzi do zwiększenia liczby możliwych połączeń (potencjalnych transakcji) pomiędzy nimi. Każdy uczestnik rynku nieruchomości może pełnić zarówno rolę nabywcy, jak i zbywcy nieruchomości, w zależności od bieżącego zapotrzebowania. Jak widać na poniższych przykładach, obsługa 5 000 klientów zwiększa szanse na dopasowanie podaży do zapotrzebowania aż o 10 tysięcy razy względem liczby 50 klientów oraz stukrotnie względem liczby 500 klientów.



Przykładowe wielkości sieci i liczby możliwych połączeń:

5 klientów = 10 możliwych połączeń

50 klientów = 1 225 możliwych połączeń

500 klientów = 124 750 możliwych połączeń

5 000 klientów = 12 497 500 możliwych połączeń

2. ZESPÓŁ



Mariusz Wilner

Współzałożyciel i Prezes Zarządu

Absolwent Zarządzania na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu, od 7 lat związany z branżą nieruchomości, pośrednicząc w sprzedaży aktywów nabywanych na cele inwestycyjne. Sprawnie łączy wiedzę z dziedziny nieruchomości z tą z obszaru sprzedaży oraz marketingu.



Natalia Chermer

Współzałożycielka i Członek Zarządu

Absolwentka Prawa na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim, przez pierwsze lata kariery zawodowej związana z działalnością w dziedzinie prawa, doradzając przedsiębiorstwom w zakresie ich restrukturyzacji. Z rynkiem nieruchomości związana od 6 lat.



Patrycja Kamieńska

Regional Manager Warszawa

Absolwentka Marketingu i Zarządzania Sprzedażą w Wyższej Szkole Humanistyczno-Ekonomicznej w Bielsku-Białej. Efektywna pośredniczka na rynku nieruchomości, która rozpoczęła przygodę z branżą w 2020 roku, pracując dla znanej warszawskiej agencji oraz na własny rachunek.



Krzysztof Bystrosz

Regional Manager Łódź

Absolwent Wyższej Szkoły Studiów Międzynarodowych w Łodzi, który pełnił funkcje kierownicze i dyrektorskie w takich firmach jak Polski Holding Nieruchomości SA, Budomal czy Mzuri, z którą związany był przez 13 lat, piastując m.in. stanowisko dyrektora ds. projektów strategicznych.



Lidia Sowińska

Regional Manager Trójmiasto

Absolwentka Zarządzania Biznesem w Wyższej Szkole Zarządzania w Warszawie. Od początku kariery związana była z dwiema branżami: lotniczą, przez 14 lat pełniąc rolę stewardessy oraz instruktorki personelu pokładowego, a następnie nieruchomości, będąc skuteczną pośredniczką od 2021 roku.



Andrzej Karlak

Regional Manager Poznań

Absolwent Politechniki Gdańskiej, który przez wiele lat pełnił funkcje kierownicze i dyrektorskie w branży telekomunikacyjnej. Z nieruchomościami przygodę rozpoczął w 2013 roku od współrealizacji projektu deweloperskiego. Od 2021 roku właściciel agencji pośrednictwa Karlak Nieruchomości.



Joanna Orłowska

Regional Manager Kraków

Absolwentka Zarządzania na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu, a także studiów podyplomowych w Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie na kierunku Wycena Nieruchomości. Od 2022 roku agentka nieruchomości specjalizująca się w rynku krakowskim.



Aleksandra Stępińska

Regional Manager Wrocław

Ekonomistka i studentka prawa na Uniwersytecie Wrocławskim. W branży nieruchomości obecna od 2020 roku, na początku jako specjalistka ds. sprzedaży nieruchomości, a następnie managerka biura w znanej agencji. Prywatnie pasjonatka podróży do najbardziej nieoczywistych zakątków świata.



Karolina Rucińska

Regional Manager Bydgoszcz

Absolwentka kierunku Master in International Business na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Z rynkiem nieruchomości związana od 2009 roku, pośrednicząc w transakcjach, a także aktywnie inwestując (obecnie jest właścicielką mini hotelu pracowniczego oraz kilku mieszkań na wynajem).



Sławomir Rząsa

Land Acquisition Manager,
Regional Manager Rzeszów

Absolwent Administracji Publicznej w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (Lic.), a także Mgr Administracji Publicznej na WSPiA Rzeszowskiej Szkole Wyższej. Od 2021 roku licencjonowany pośrednik oraz zarządca nieruchomości.



Malwina Wolska

Land Acquisition Manager

Absolwentka Kulturoznawstwa na Uniwersytecie SWPS w Warszawie, związana z branżą nieruchomości od 2018 roku. Po dwóch latach pracy w znanej agencji sieciowej, postanowiła otworzyć własną, kameralną agencję pod nazwą Dobry Agent, którą z sukcesem prowadzi do dziś.



Agnieszka Olszewska

Land Acquisition Manager

Absolwentka Zarządzania i inżynierii produkcji na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Od 2017 roku pośredniczy na rynku nieruchomości, kompleksowo doradzając w transakcjach na rynku nieruchomości, koncentrując się na rynku trójmiejskim.



Olga Jedynak

Land Acquisition Manager,
Regional Manager Szczecin

Absolwentka Wyższej Szkoły Administracji Publicznej w Szczecinie oraz Wydziału Prawa i Administracji na Uniwersytecie Szczecińskim. Licencjonowana pośredniczka nieruchomości, obsługująca miasto Szczecin oraz miejscowości zlokalizowane na wybrzeżu woj. zachodniopomorskiego.



Piotr Łuszczek

Property Analyst Manager

Absolwent Gospodarki Przestrzennej na Politechnice Wrocławskiej, planista przestrzenny, projektant, autor bloga planzabudowy.com. Pracował przy tworzeniu 74 projektów miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, m.in. dla rodzinnego miasta – Wrocławia. Autor licznych koncepcji urbanistycznych, opracowań i analiz.



Natalia Mazur

Proposal Development Specialist

Studentka 7. semestru Gospodarki Przestrzennej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, która odbyła również liczne kursy nie tylko z tematyki urbanistyki, ale także nieruchomości oraz prawa. W spółce odpowiada za kompletowanie dokumentacji nieruchomości oraz przygotowywanie ofert.



Ewa Grabarz

Sourcing Team Leader

Absolwentka Akademii Muzycznej w Katowicach, nauczycielka śpiewu. Od kilku miesięcy związana z Black Whale, wykonując wstępne analizy nieruchomości zgodnie z autorską metodą spółki, a następnie obejmując rolę liderki zespołu zajmującego się realizacją wstępnych analiz.



Wojciech Zarzyka

Sourcing Team Leader

Absolwent Akademii Muzycznej w Katowicach, nauczyciel gry na fortepianie. Od kilku miesięcy związany z Black Whale, wykonując wstępne analizy nieruchomości zgodnie z autorską metodą spółki, a następnie obejmując rolę lidera zespołu zajmującego się realizacją wstępnych analiz.



Ernest Burdzy

Workflow Coordinator

Student 3. roku Politologii na Uniwersytecie Rzeszowskim. Od 3 lat zaangażowany we współpracę z Black Whale, integrując dane i współtworząc procesy analityczne dla Sourcerów. Aktualnie weryfikuje poprawność pracy kilkunastu Sourcerów współpracujących ze spółką.



Paweł Charnavus

Retail Real Estate Sourcer



Eliza Wójcik

Real Estate Sourcer



Wiktoria Słowińska

Hotel Real Estate Sourcer



Sebastian Mikocewicz

Real Estate Sourcer



Julia Janowska

Real Estate Sourcer



Estera Stanisławiak

Real Estate Sourcer



Martyna Stachowska

Real Estate Sourcer



Dawid Górny

Real Estate Sourcer

3. ROZWÓJ

1. ETAPY ROZWOJU BIZNESU

ETAP 1: BAZOWY (2021–25) – ZAKOŃCZONY

- budowa baz danych nieruchomości gruntowych;
- budowa systemu organizacji podaży;
- budowa zasobów informacji nt. zapotrzebowania na nieruchomości 500 klientów popytowych;
- budowa procedur dla obsługi transakcji;
- weryfikacja kluczowych założeń biznesowych;
- budowa działu analiz nieruchomości;
- budowa zespołu obsługującego nieruchomości zlokalizowane w poszczególnych regionach kraju.

ETAP 2: SKALOWANIE (2025–30)

- rozbudowa bazy klientów popytowych do 4 tysięcy podmiotów;
- pozyskiwanie do oferty 75–400 nieruchomości rocznie, uzyskując efektywność sprzedaży na poziomie 25–65%;
- budowa ekosystemu usług uzupełniających (na potrzeby realizowania sprzedaży związanej);
- uruchomienie sprzedaży zewnętrznej (uczestniczenie w sprzedaży nieruchomości o niewielkim potencjale inwestycyjnym poza strukturami spółki).

ETAP 3: EKSPANSJA (2030–33)

- otwarcie biur na rynkach zagranicznych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej: w Czechach, na Słowacji, w Rumunii oraz na Węgrzech (wykorzystanie posiadanych systemów oraz dostępu do klientów popytowych zainteresowanych regionem CEE).

ETAP 4: INWESTYCJE (2033–)

- inwestycje w grunty z myślą o obrocie, a także realizacji projektów w kooperacji z podmiotami deweloperskimi na zasadach JV;
- powołanie lub akwizycja podmiotu deweloperskiego oraz akwizycja podmiotu zajmującego się generalnym wykonawstwem (budowa synergii).

2. OBSZARY SKUPIENIA W 2025 ROKU

ROZBUDOWA DZIAŁU POPYTU

Powiększenie działu odpowiadającego za generowanie popytu na nieruchomości poprzez nawiązywanie i utrzymywanie relacji z inwestorami oraz gromadzenie i aktualizowanie szczegółowych informacji na temat działalności klientów, ich zapotrzebowania na nieruchomości, realizowanych strategii inwestycyjnych, sposobów działania, preferencji zakupowych, procesów analitycznych i decyzyjnych. Dział składał się będzie z takich funkcji jak: Property Demand Director (szef działu), Key Client Portfolio Manager (obsługa kluczowych inwestorów), Living/Commercial/Hotel/Retail/Industrial/Heritage Real Estate Manager (obsługa inwestorów z rynków: mieszkaniowego i PRS, biurowego i usługowego, hotelowego, handlowego, przemysłowego, a także klientów specjalizujących się w renowacji budynków zabytkowych), Regional Manager oraz Regional Representative (obsługa nieruchomości i spotkań ze stronami transakcji).

UKOŃCZENIE BUDOWY INFRASTRUKTURY DLA SPRZEDAŻY ZEWNĘTRZNEJ

W związku z tym, że spółka analizuje duże zasoby terenów, z których część zostaje w trakcie procesu odrzucona ze względu na ograniczony potencjał zabudowy lub niespójność parametrów z zapotrzebowaniem zgłoszonym przez klientów popytowych, w planach spółki jest przekazywanie informacji o analizowanych terenach do partnerów zewnętrznych, świadczących usługi pośrednictwa w poszczególnych regionach kraju, za co spółka pobierała będzie część należnego wynagrodzenia prowizyjnego.

BUDOWA EKOSYSTEMU USŁUG UZUPEŁNIAJĄCYCH

Plany spółki obejmują budowę ekosystemu złożonego z sieci partnerskich podmiotów, specjalizujących się m.in. w usługach projektowych, generalnym wykonawstwie, usługach finansowych, zarządzaniu nieruchomościami i ich komercjalizacji, aby ułatwić klientom zaspokajanie spektrum potrzeb związanych z realizowaniem inwestycji na rynku nieruchomości, przy okazji dywersyfikując źródła uzyskiwanych przez spółkę przychodów (pobieranie prowizji z tytułu poleceń usług).

ROZWÓJ OBECNOŚCI NA RYNKU KAMIENIC

Dynamiczny rozwój działalności w sektorze kamienic w miastach: Warszawie, Trójmieście, Wrocławiu, Krakowie, Katowicach, Łodzi, Poznaniu, Szczecinie, Olsztynie, Lublinie i Toruniu. Prognozujemy obsługę min. kilkudziesięciu kamienic w ww. miastach w 2025 roku.

II

PROPOZYCJA WSPÓŁPRACY
DLA FORTIS INVESTMENTS

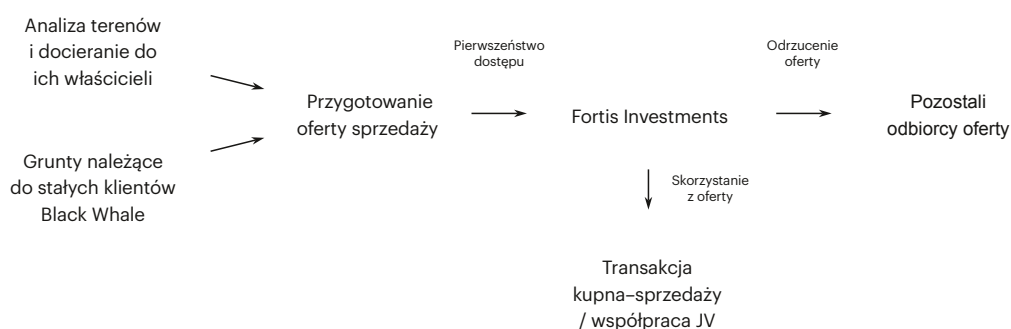
1. OBSZARY WSPÓŁPRACY

1. PROPOZYCJA ZAKRESU WSPÓŁPRACY

	DZIAŁANIA	KORZYŚCI
BLACK WHALE (BW)	<ul style="list-style-type: none">- emisja 15-25% udziałów w spółce Black Whale dla Fortis Investments;- udzielanie Fortis Investments pierwszeństwa dostępu do wszystkich ofert nieruchomości pozyskiwanych przez BW, zgodnych ze strategią akwizycji FI;- wykonywanie wstępnych analiz nieruchomości, zgodnie z wytycznymi FI;- generowanie popytu na nieruchomości należące do Fortis Investments wśród deweloperów współpracujących z BW (grunty przygotowane do realizacji projektów inwestycyjnych) na preferencyjnych warunkach lub bezkosztowo (przy wynagrodzeniu płatnym przez stronę sprzedającą).	<ul style="list-style-type: none">- możliwość zwiększenia dynamicznego tempa rozwoju BW dzięki dokapitalizowaniu spółki;- rozszerzenie potencjału obsługi danej nieruchomości przez BW z jednej transakcji (właściciel -> deweloper) do dwóch (właściciel -> land deweloper -> deweloper).
FORTIS INVESTMENTS (FI)	<ul style="list-style-type: none">- zakup 15-25% udziałów w spółce Black Whale za kwotę 0,9-1,5 mln złotych;- udzielanie BW czasowej wyłączności na pośrednictwo w sprzedaży przeznaczonych do zbycia aktywów należących do FI i jej spółek zależnych (nieruchomości przygotowywane do uruchamiania procesów inwestycyjnych, oferowane podmiotom prowadzącym działalność deweloperską).	<ul style="list-style-type: none">- pierwszeństwo dostępu do wszystkich ofert nieruchomości zgodnych z zapotrzebowaniem Fortis Investments (brak konieczności konkurowania o obsługiwane przez BW tereny z innymi uczestnikami rynku);- pierwszeństwo dostępu do możliwości kooperacji w formule joint venture z właścicielami atrakcyjnie zlokalizowanych nieruchomości pod zabudowę handlową, magazynową, mieszkaniową;- możliwość skupiania się na pracy nad podwyższaniem wartości nabywanych gruntów, zamiast organizacji podaży terenów i popytu na przygotowane projekty;- zwiększenie ROI z inwestycji w grunty (większe możliwości wyboru lokalizacji o najwyższym potencjale zwrotu z inwestycji);- udział w zyskach spółki Black Whale.

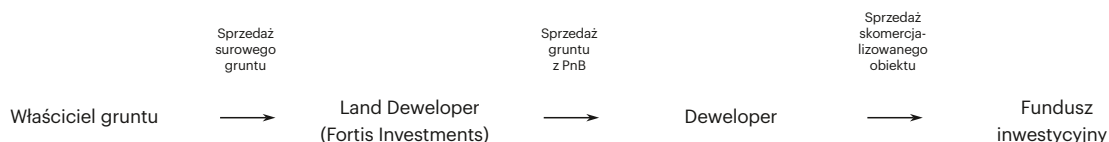
2. PIERWSZEŃSTWO W DOSTĘPIE DO GRUNTÓW

Wyprzedzający możliwości konkurencji dostęp do wartościowych ofert nieruchomości – odpowiednio zlokalizowanych oraz w rozsądnych cenach – to silna przewaga, mająca przełożenie na rentowność inwestycji na różnych poziomach, zaczynając od obniżenia kosztów zakupu działek, a kończąc na uzyskiwanych marżach lub wysokościach czynszów najmu, dyktowanych przez pieczołowicie wybierane lokalizacje oraz dzięki wykorzystaniu elementu rozwoju okolic nabywanych terenów. Proponowana współpraca zakłada pierwszeństwo dostępu Fortis Investments do wszystkich pozyskiwanych przez Black Whale gruntów zgodnych z zapotrzebowaniem i preferencjami FI.



3. SPRZEDAŻ GRUNTÓW Z PNB

W oparciu o głęboką wiedzę na temat zapotrzebowania na nieruchomości dużej liczby inwestorów na rynku nieruchomości, Black Whale może efektywnie generować zbyty na posiadane przez Fortis Investments nieruchomości przeznaczone na sprzedaż, w tym przede wszystkim nieruchomości z uzyskanym PnB, które zbywane będą w ramach występowania FI w roli land developera. Możliwości BW pozwalają na efektywne generowanie popytu na nieruchomości, przy zachowaniu jak najniższego poziomu rozpowszechniania ofert, a jednocześnie umożliwiając maksymalizację uzyskiwanych cen, w oparciu o kierowanie ofert do odbiorców poszukujących nieruchomości o adekwatnych parametrach.



2. OBJĘCIE UDZIAŁÓW

1. OPCJE CALL I PUT – MECHANIZMY DZIAŁANIA

OPCJA CALL

Opcja call to narzędzie umożliwiające jednej ze stron (posiadaczowi opcji – w tym wypadku Black Whale) na zakup określonej liczby udziałów w spółce od drugiej strony w przyszłości, na z góry określonych warunkach. Opcja call pozwoli BW na odkupienie sprzedanych inwestorowi udziałów po 5 latach, a transakcja, jeżeli będzie miała miejsce, zrealizowana zostanie na wcześniej uzgodnionych zasadach, dotyczących ceny sprzedaży oraz terminu. Mechanizm pozwoli BW na posiadanie elastyczności w zakresie możliwości odzyskania kontroli nad udziałami, jednocześnie zapewniając Inwestorowi atrakcyjny poziom zwrotu z inwestycji.

OPCJA PUT

Opcja put to umowa dająca posiadaczowi opcji (potencjalnie: Fortis Investments) prawo do sprzedaży posiadanych udziałów po z góry ustalonej cenie i w określonym czasie, jeżeli wcześniej opcja call nie zostanie uruchomiona. W proponowanych warunkach, Inwestor będzie miał możliwość skorzystania z opcji put po 8 latach, zmuszając Black Whale do odkupienia udziałów po cenie oferującej ROI na poziomie 1659%. Taki mechanizm zabezpieczy interes Inwestora, dając mu pewność wyjścia z inwestycji i realizacji zwrotu kapitału, nawet jeżeli inne scenariusze wyjścia (np. sprzedaż udziałów na rynku) nie będą możliwe lub satysfakcjonujące.

2. PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA INWESTYCJI

Forma inwestycji:	objęcie udziałów
Proponowany udział:	15–25%
Horyzont inwestycji:	5–8 lat
Przewidywany czas zwrotu kapitału:	3 lata
Forma wypłaty zysków:	dywidenda + wykup udziałów
Cena zakupu 15–25% udziałów:	900.000–1.500.000 zł
Wycena wartości spółki:	6.000.000,00 zł
Metoda wyceny:	Venture Capital
Cena zakupu 1% udziałów:	60.000,00 zł
Cena odkupu 1% udziałów w opcji call:	183.105,45 zł
Czas odkupu dla opcji call:	początek 6. roku inwestycji
Cena odkupu 1% udziałów w opcji put:	256.347,63 zł
Czas odkupu dla opcji put:	początek 9. roku inwestycji

3. PROGNOZA ZYSKÓW SPÓŁKI W LATACH 2025-34

Okres	Liczba zawar- tych umów pośrednictwa w okresie	Liczba obsługiwanych klientów popytowych	Procentowa skuteczność sprzedaży	Średni czas finalizacji transakcji	Liczba zainicjo- wanych trans- akcji, które zo- staną w przy- szłości sfinali- zowane	Liczba transak- cji sfinalizowa- nych w danym okresie	Średnia war- tość transakcji (uwzgl. wzrost cen o 5%/rok - PLN, netto)	Średnia procen- towa wartość wynagrodzenia prowizyjnego
1Q 2025	12	600	25%	12 mies.	3	-	15 000 000	2,0%
2Q 2025	16	750	27%	12 mies.	4	-	15 000 000	2,0%
3Q 2025	24	900	29%	12 mies.	7	-	15 000 000	2,0%
4Q 2025	36	1 100	31%	12 mies.	11	-	15 000 000	2,0%
2025	88				25	0		
1Q 2026	44	1 250	33%	12 mies.	14	3	15 750 000	2,2%
2Q 2026	58	1 400	35%	12 mies.	20	4	15 750 000	2,2%
3Q 2026	72	1 550	37%	12 mies.	26	7	15 750 000	2,2%
4Q 2026	80	1 700	39%	12 mies.	31	11	15 750 000	2,2%
2026	254				91	25		
1Q 2027	90	1 950	41%	12 mies.	36	14	16 537 500	2,4%
2Q 2027	90	2 100	43%	12 mies.	38	20	16 537 500	2,4%
3Q 2027	90	2 250	45%	12 mies.	40	26	16 537 500	2,4%
4Q 2027	90	2 400	47%	12 mies.	42	31	16 537 500	2,4%
2027	360				156	91		
2028	380	3 000	55%	12 mies.	209	156	17 364 375	2,6%
2029	400	3 600	60%	12 mies.	240	209	18 232 593	2,6%
2030	420	4 200	65%	12 mies.	273	240	19 144 223	2,6%
2031	440	4 800	70%	12 mies.	308	273	20 101 434	2,6%
2032	460	5 400	75%	12 mies.	345	308	21 106 506	2,6%
2033	480	6 000	78%	12 mies.	374	345	22 161 831	2,6%
2034	500	6 600	80%	12 mies.	400	374	23 269 923	2,6%

Przychód z tytułu pośrednictwa w transakcjach sprzedaży (PLN, netto)	Koszty wynagrodzeń prowizyjnych współpracowników (65% przychodów – PLN, netto)	Koszty pozostałe (PLN, netto)	Zysk brutto (PLN)	Udział Wspólnika w zysku brutto (PLN): 15% udziałów	Udział Wspólnika w zysku brutto (PLN): 20% udziałów	Udział Wspólnika w zysku brutto (PLN): 25% udziałów
-	-	-420 000	-420 000	-63 000	-84 000	-105 000
-	-	-140 000	-140 000	-21 000	-28 000	-35 000
-	-	-140 000	-140 000	-21 000	-28 000	-35 000
-	-	-140 000	-140 000	-21 000	-28 000	-35 000
0	0	-840 000	-840 000	-126 000	-168 000	-210 000
1 039 500	-675 675	-180 000	183 825	27 573	36 765	45 956
1 386 000	-900 900	-180 000	306 000	45 900	61 200	76 500
2 425 500	-1 576 575	-180 000	668 925	100 338	133 785	167 231
3 811 500	-2 477 475	-180 000	1 154 025	173 103	230 805	288 506
7 969 500	-5 180 175	-720 000	2 069 325	310 398	413 865	517 331
5 556 600	-3 611 790	-320 000	1 624 810	243 721	324 962	406 202
7 938 000	-5 159 700	-320 000	2 458 300	368 745	491 660	614 575
10 319 400	-6 707 610	-320 000	3 291 790	493 768	658 358	822 947
12 303 900	-7 997 535	-320 000	3 986 365	597 954	797 273	996 591
36 117 900	-23 476 635	-1 280 000	11 361 265	1 704 189	2 272 253	2 840 316
70 429 905	-45 779 438	-2 000 000	22 650 467	3 397 569	4 530 093	5 662 616
99 075 910	-64 399 341	-2 500 000	32 176 569	4 826 484	6 435 313	8 004 141
119 459 952	-77 648 968	-3 000 000	38 810 984	5 821 647	7 762 196	9 702 745
142 679 979	-92 741 986	-3 500 000	46 437 993	6 965 698	9 287 598	11 609 497
169 020 900	-109 863 585	-4 000 000	55 157 315	8 272 972	11 031 463	13 789 328
198 791 624	-129 214 556	-4 500 000	65 077 068	9 761 559	13 015 413	16 269 266
226 276 731	-147 079 875	-5 000 000	74 196 586	11 129 487	14 839 317	18 549 146
				_____	_____	_____
				52 064 632	69 419 511	86 774 388

4. PROGNOZA ZYSKÓW DLA OPCJI CALL

KLUCZOWE WSKAŹNIKI	15% UDZIAŁÓW	20% UDZIAŁÓW	25% UDZIAŁÓW
Przewidywana wartość wypłat z tytułu dywidend w okresie 5 lat (wypłaty 50% prognozowanych zysków z lat 2027–29):	4 964 120,00 zł	6 618 828,00 zł	8 253 536,00 zł
Wartość sprzedaży udziałów po 5 latach:	2 746 581,75 zł	3 662 109,00 zł	4 577 636,25 zł
Zysk brutto z wykupu udziałów:	1 846 581,75 zł	2 462 109,00 zł	3 077 636,25 zł
Przewidywany zysk brutto w okresie 5 lat – dochód minus koszt zakupu udziałów:	6 810 701,75 zł	9 080 937,00 zł	11 331 172,25 zł
Przewidywany zysk netto w okresie 5 lat – po odprowadzeniu podatku 19%:	5 516 668,41 zł	7 355 557,89 zł	9 178 249,52 zł
Szacowany ROI w okresie 5 lat:	613,07%	613,07%	613,07%

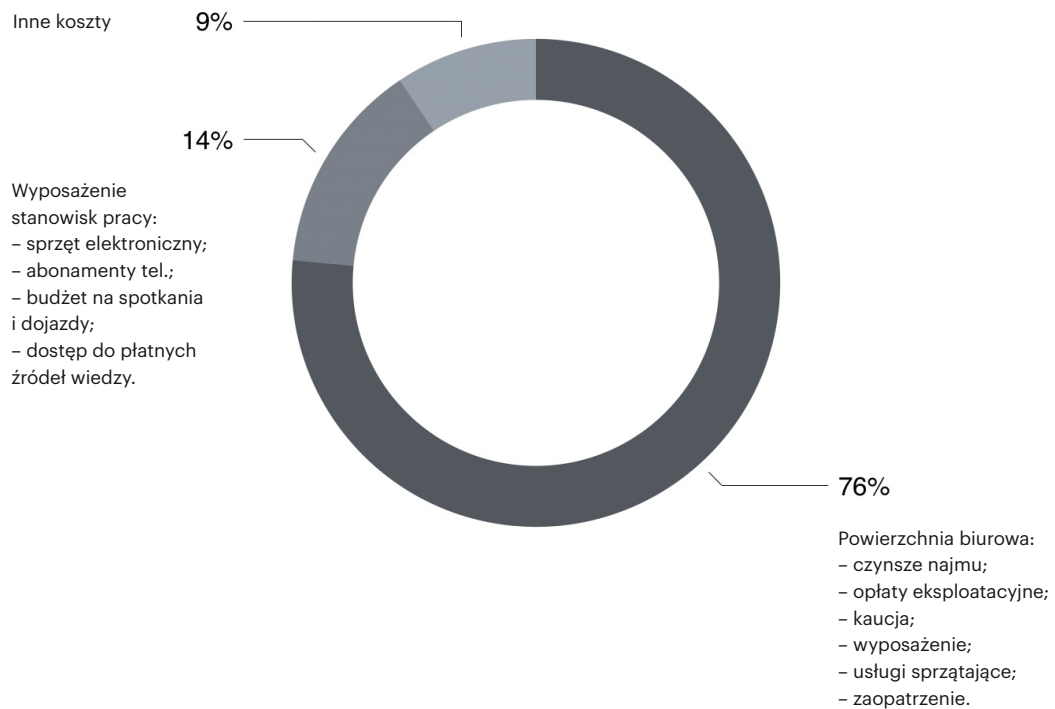
5. PROGNOZA ZYSKÓW DLA OPCJI PUT

KLUCZOWE WSKAŹNIKI	15% UDZIAŁÓW	20% UDZIAŁÓW	25% UDZIAŁÓW
Przewidywana wartość wypłat z tytułu dywidend w okresie 8 lat (wypłaty 50% prognozowanych zysków z lat 2027–32):	15 494 278,50 zł	20 659 038,00 zł	25 823 797,5 zł
Wartość sprzedaży udziałów po 8 latach:	3 845 214,45 zł	5 126 952,60 zł	6 408 690,75 zł
Zysk brutto z wykupu udziałów po 8 latach:	2 945 214,45 zł	3 926 952,60 zł	4 908 690,75 zł
Przewidywany zysk brutto w okresie 8 lat – dochód minus koszt zakupu udziałów:	18 439 493,00 zł	24 585 990,60 zł	30 732 488,25 zł
Przewidywany zysk netto w okresie 8 lat – po odprowadzeniu podatku 19%:	14 935 989,30 zł	19 914 652,40 zł	24 893 315,48 zł
Szacowany ROI w okresie 8 lat:	1659,55%	1659,55%	1659,55%

6. PROGNOZA ZYSKÓW 10-LETNICH (BEZ WYKORZYSTANIA OPCJI CALL/PUT)

KLUCZOWE WSKAŹNIKI	15% UDZIAŁÓW	20% UDZIAŁÓW	25% UDZIAŁÓW
Przewidywana wartość wypłat z tytułu dywidend w okresie 10 lat (wypłaty 50% prognozowanych zysków z lat 2027–34):	25 939 801,50 zł	34 586 402,00 zł	43 233 002,50 zł
Przewidywany zysk netto w okresie 10 lat – po odprowadzeniu podatku 19%:	21 011 239,20 zł	28 014 985,60 zł	35 018 732,00 zł
Szacowany ROI w okresie 10 lat:	2253,58%	2253,58%	2253,58%

7. PRZEZNACZENIE ŚRODKÓW Z EMISJI UDZIAŁÓW



8. WSPÓŁPRACA NA LINII CZASU



BLACK WHALE
Real Estate Co.