

Lpp[®]
S.A.



Wyniki osiągnięte w III kwartale 2012

RESERVED



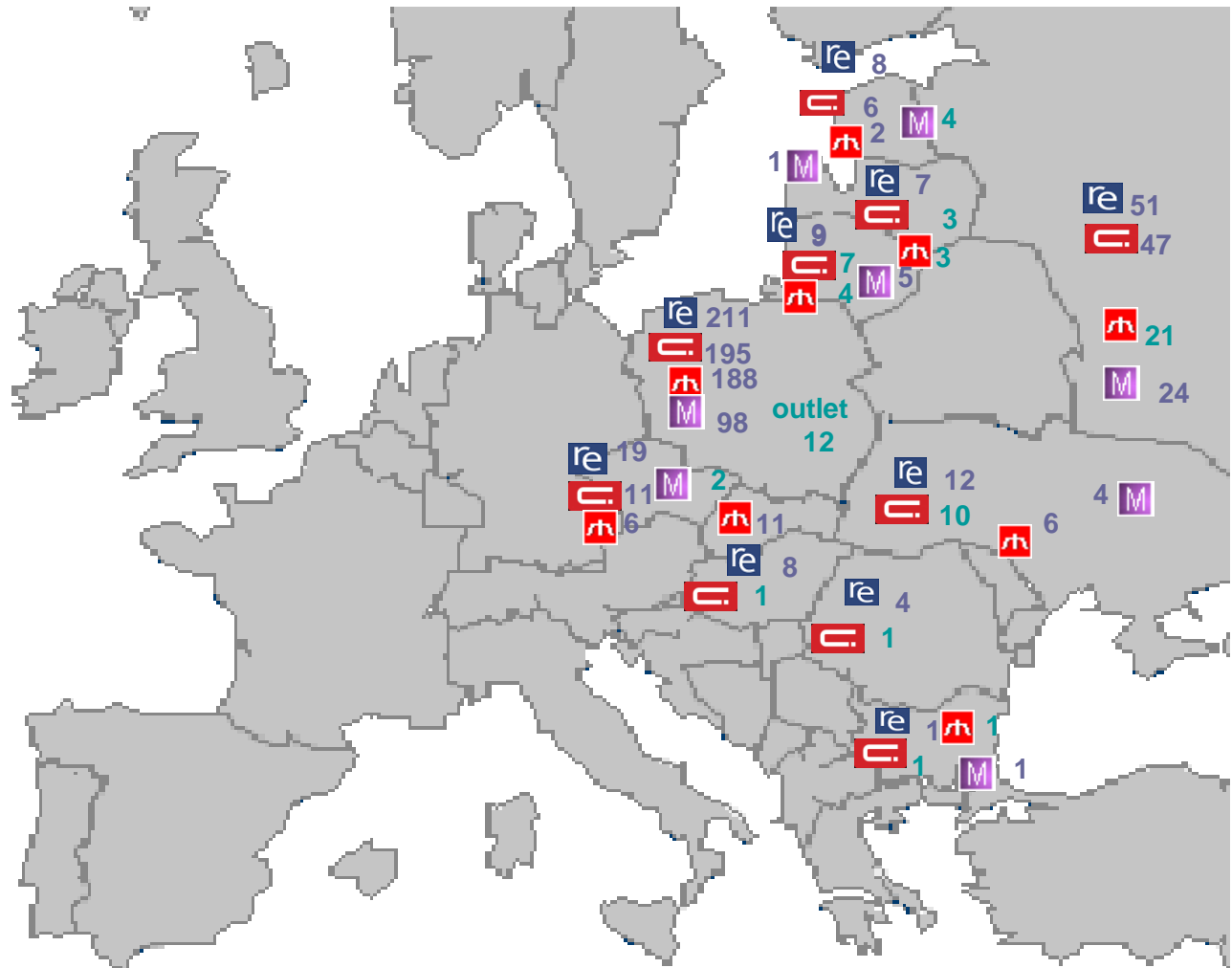
M O H I T O



sinsay

Nasze marki obecne w całym regionie

30 września 2012 roku sieć
detailed LPP liczyła 1005
sklepów z czego:
330 Reserved
282 CROPP
242 House
139 Mohito



Realizacja planu rozwoju sieci

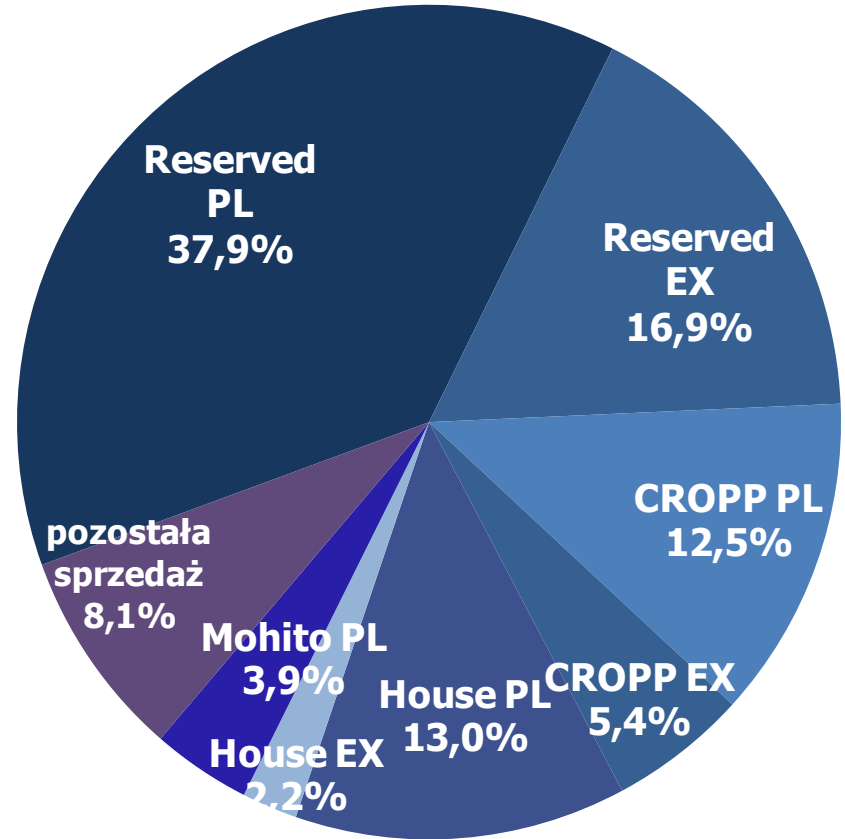
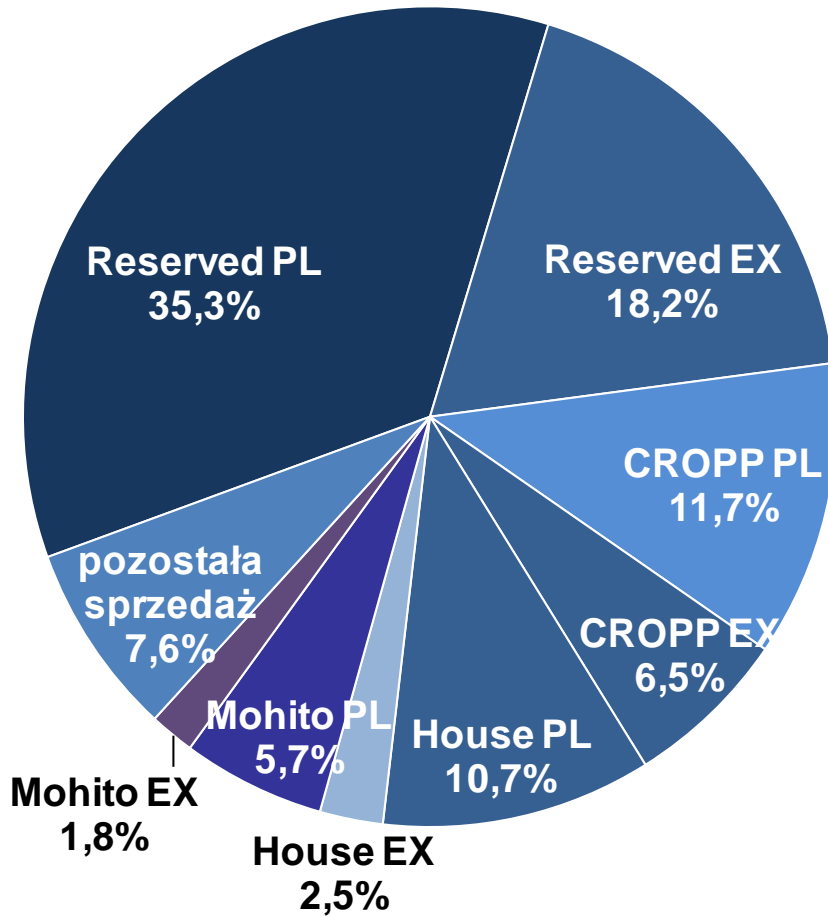
Powierzchnia [tys. m ²]	30.09.2012	30.09.2011	Zmiana
Reserved	235,4	203,9	15%
Polska	148,6	131,5	13%
UE	38,7	39,5	-2%
Rosja i Ukraina	48,1	32,9	46%
CROPP	66,0	57,2	15%
Polska	41,7	38,3	9%
UE	7,9	9,4	-16%
Rosja i Ukraina	16,4	9,5	73%
House	57,8	49,1	18%
Polska	43,1	39,9	8%
UE	6,6	6,8	-3%
Rosja i Ukraina	8,1	2,4	238%
Mohito	30,6	12,9	137%
Polska	20,3	11,5	77%
UE	2,8	1,0	180%
Rosja i Ukraina	7,5	0,4	1775%
outlet	3,7	3,1	19%
<u>RAZEM</u>	<u>393,5</u>	<u>326,2</u>	21%

Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 21% (67 tysięcy m²).

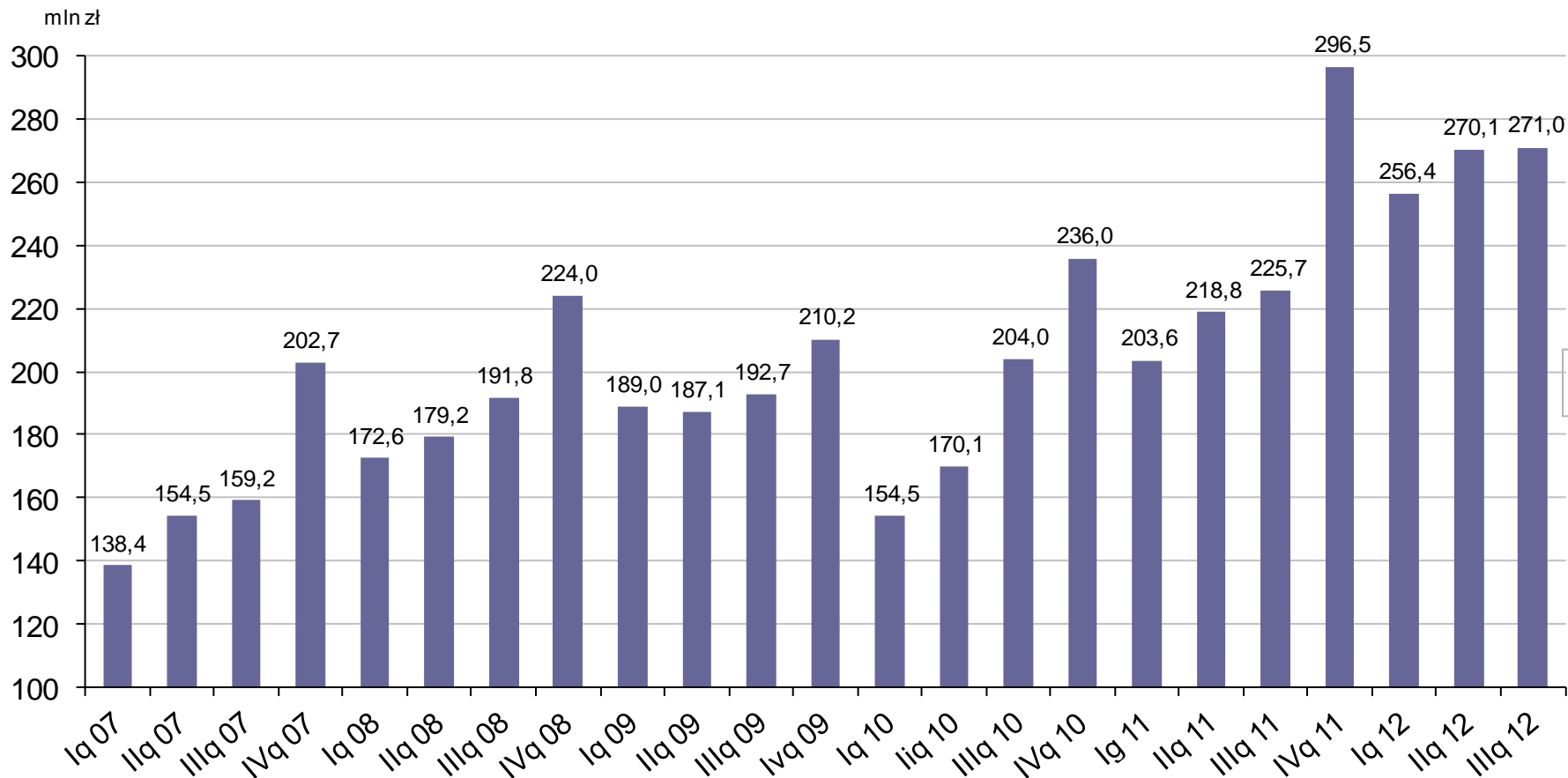
Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

I-IIIQ 2012

2011



Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



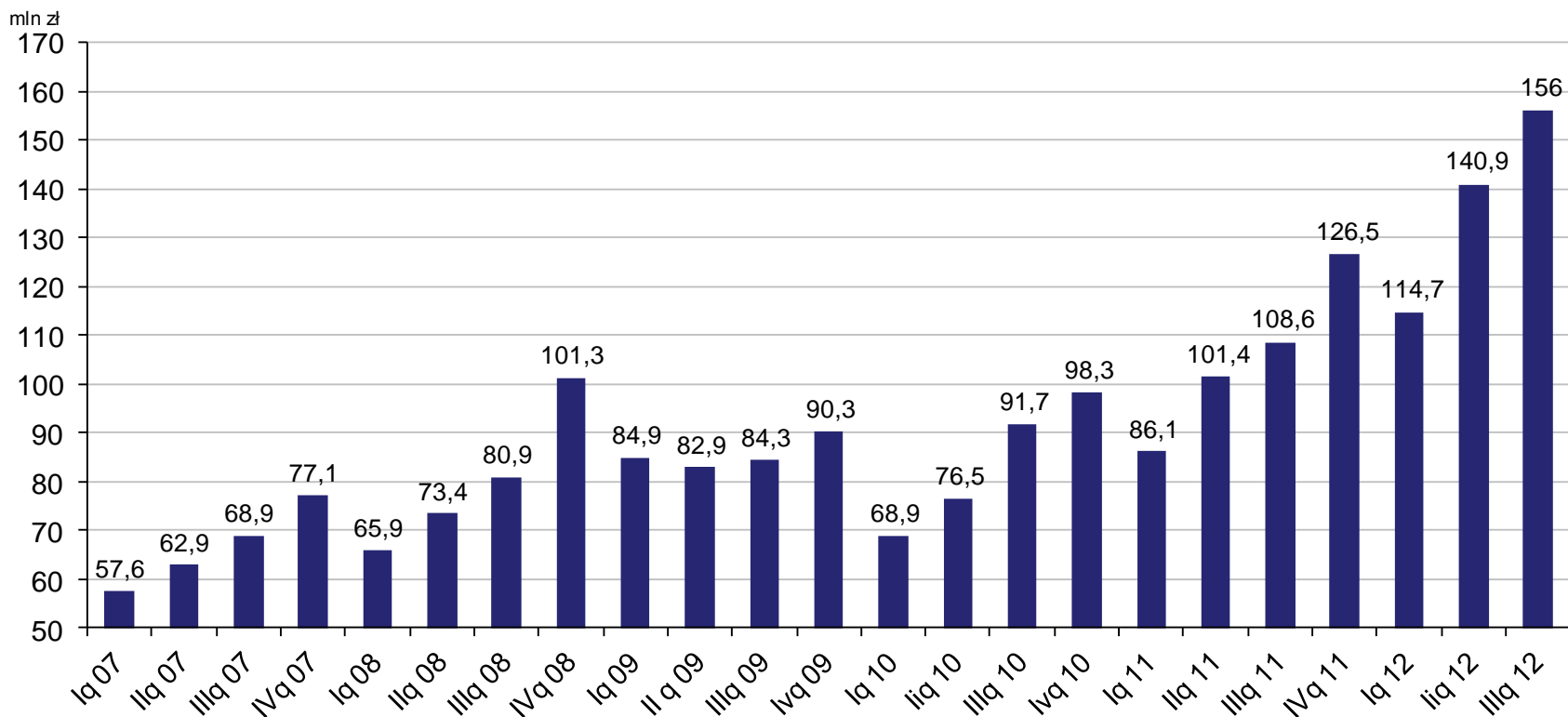
5

RESERVED



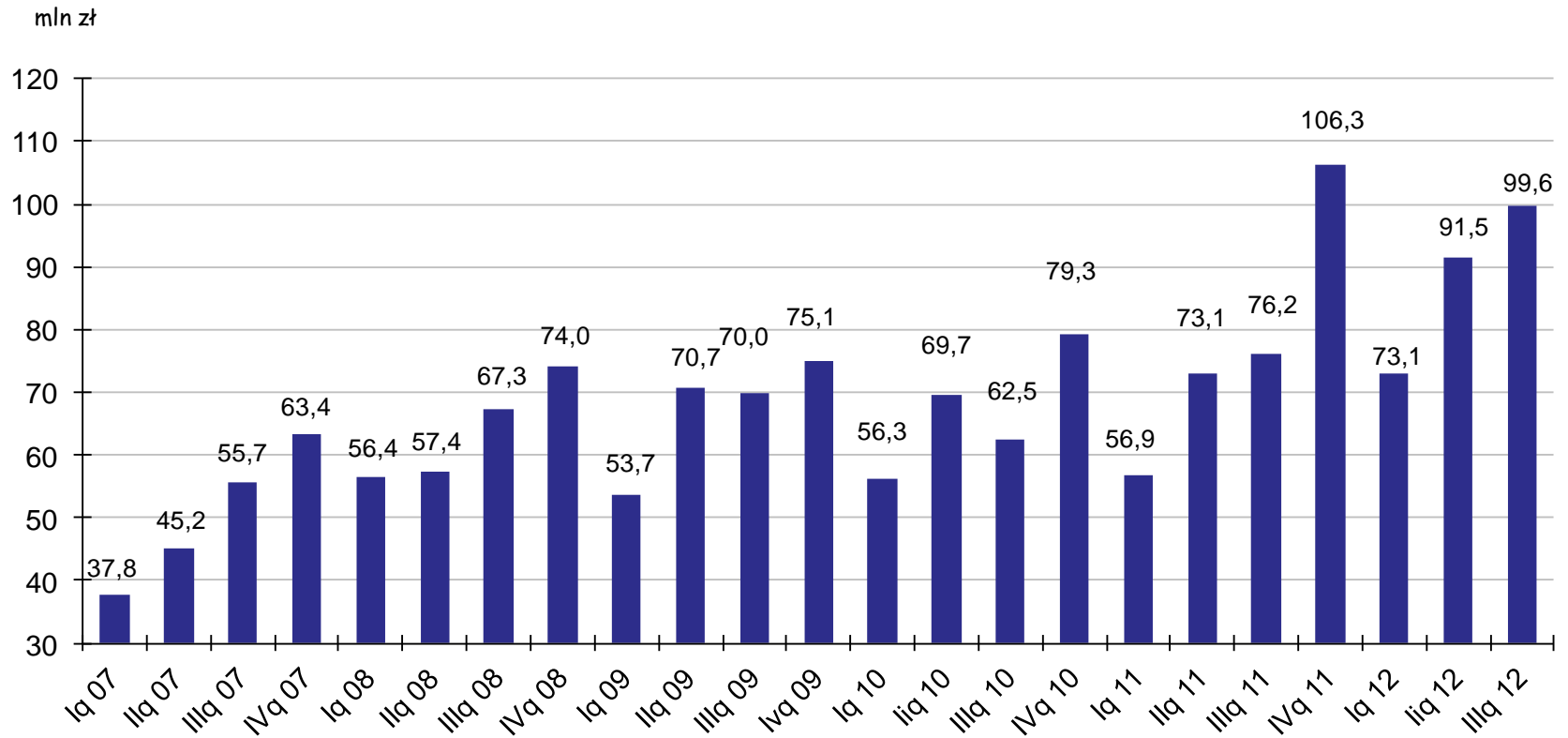
M O H I T O

Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą

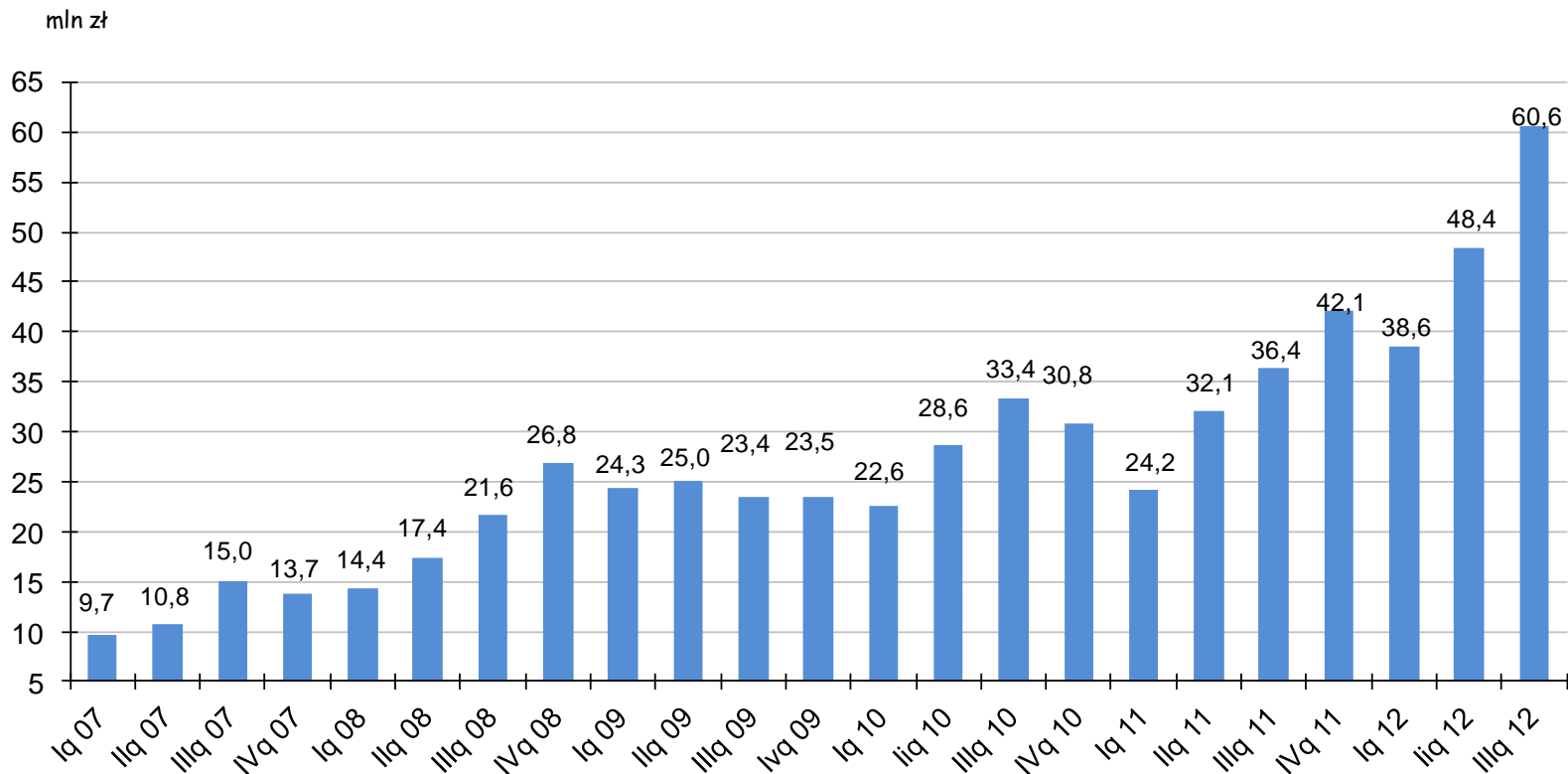


6

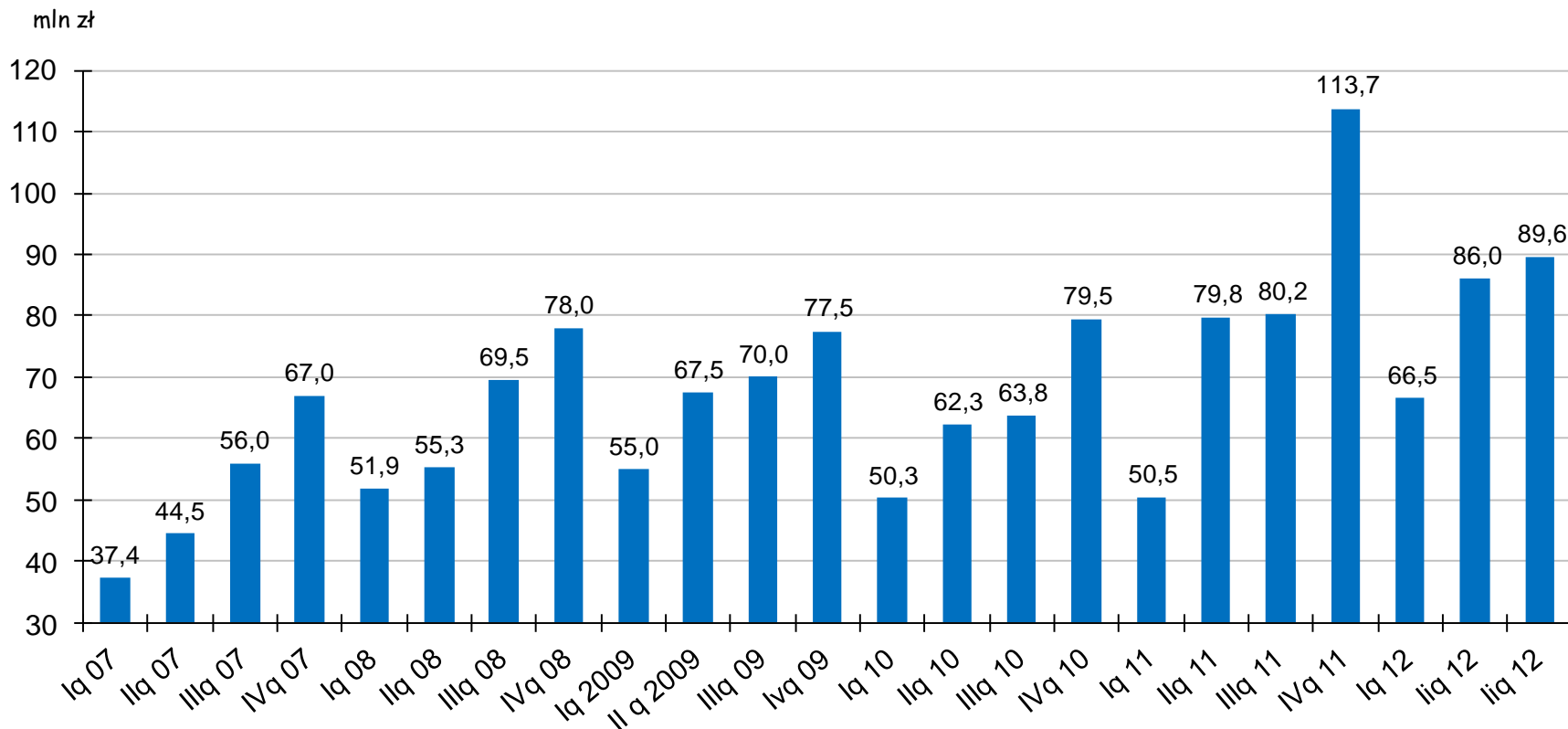
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce



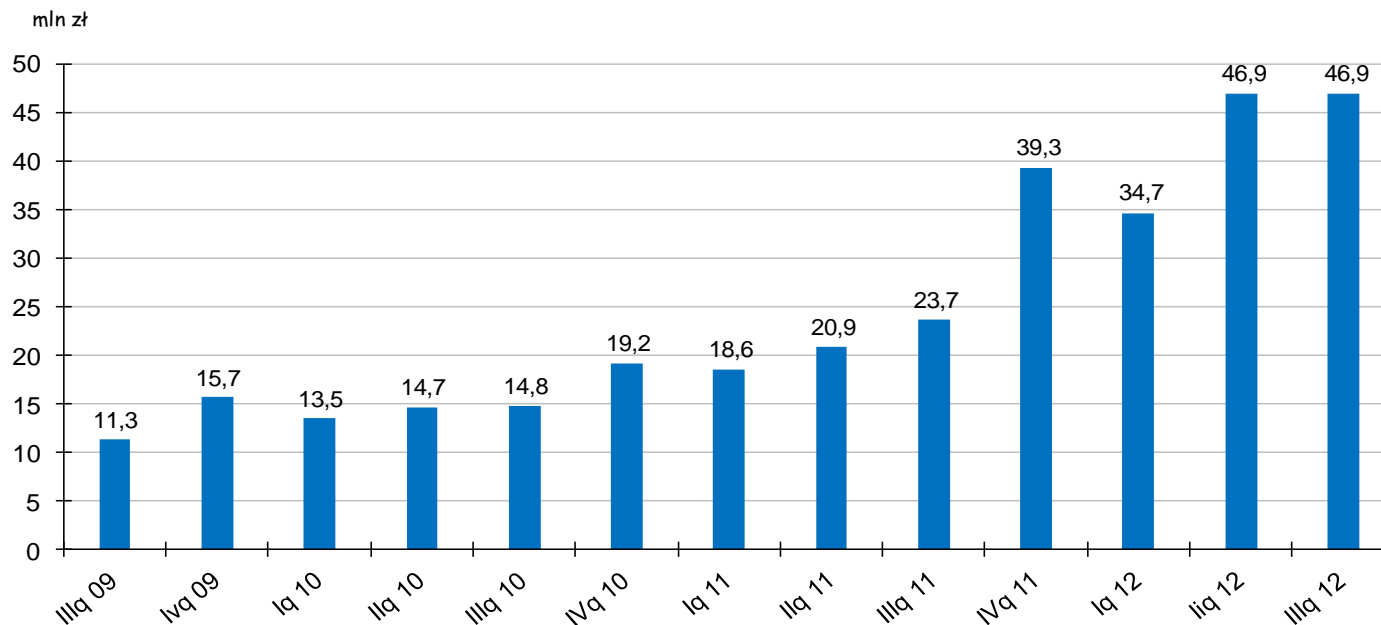
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce



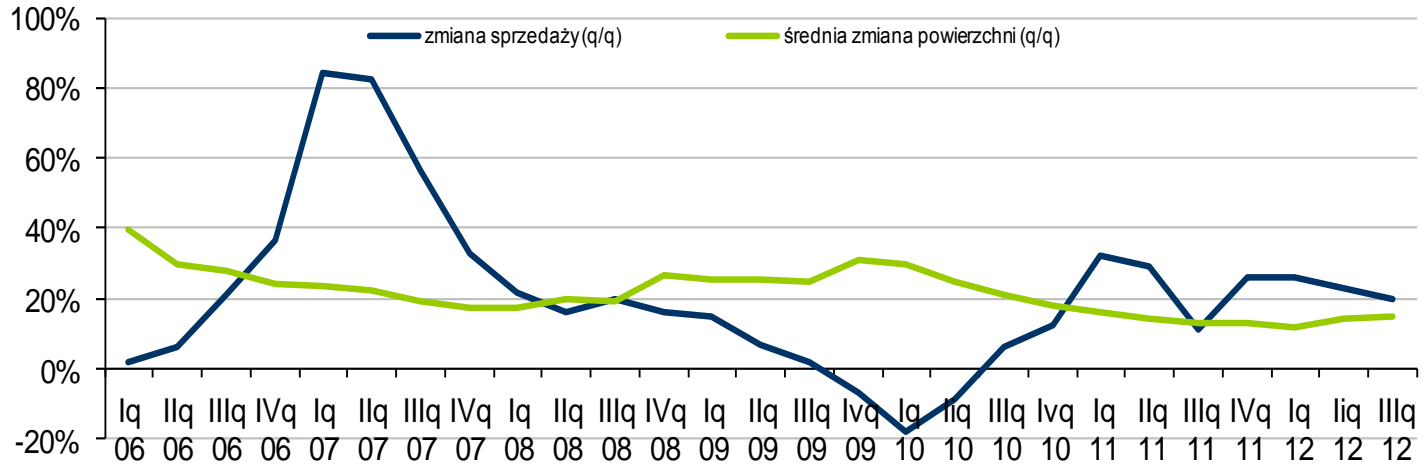
Przychody ze sprzedaży sieci Mohito w Polsce



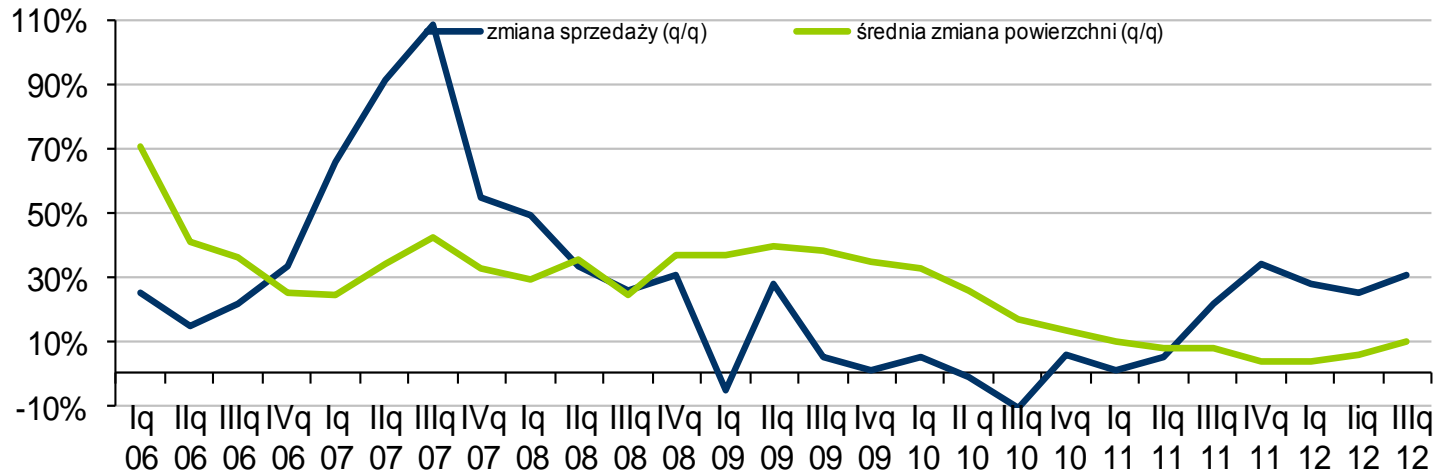
10

Zmiana efektywności

RESERVED

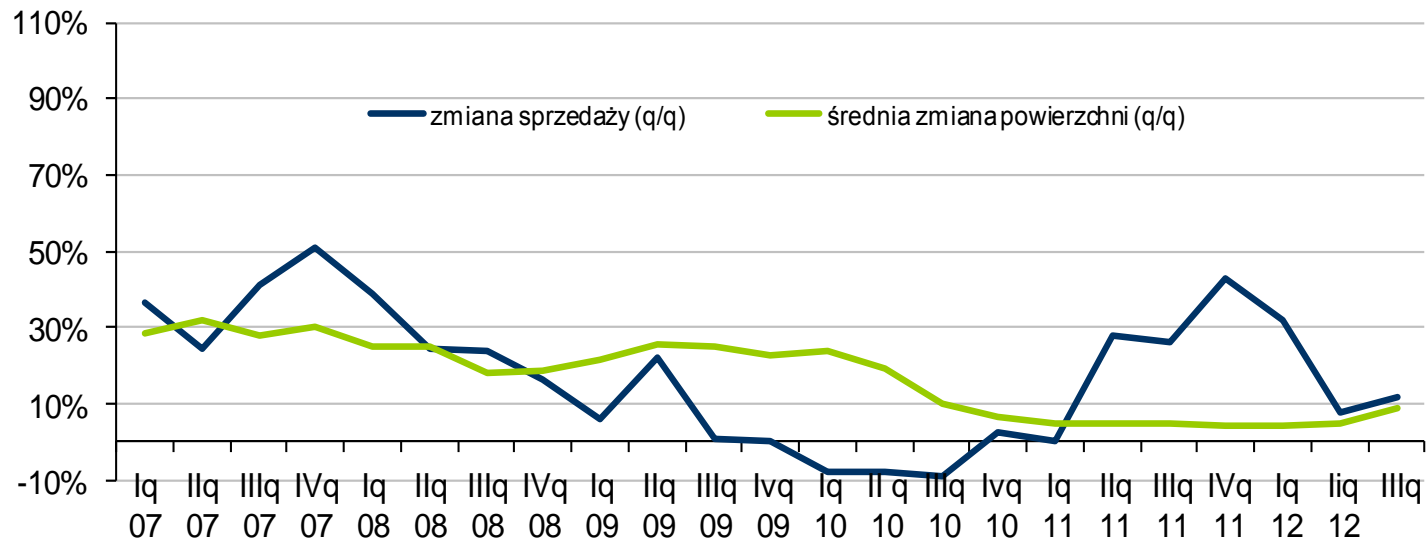


CROPP TOWN

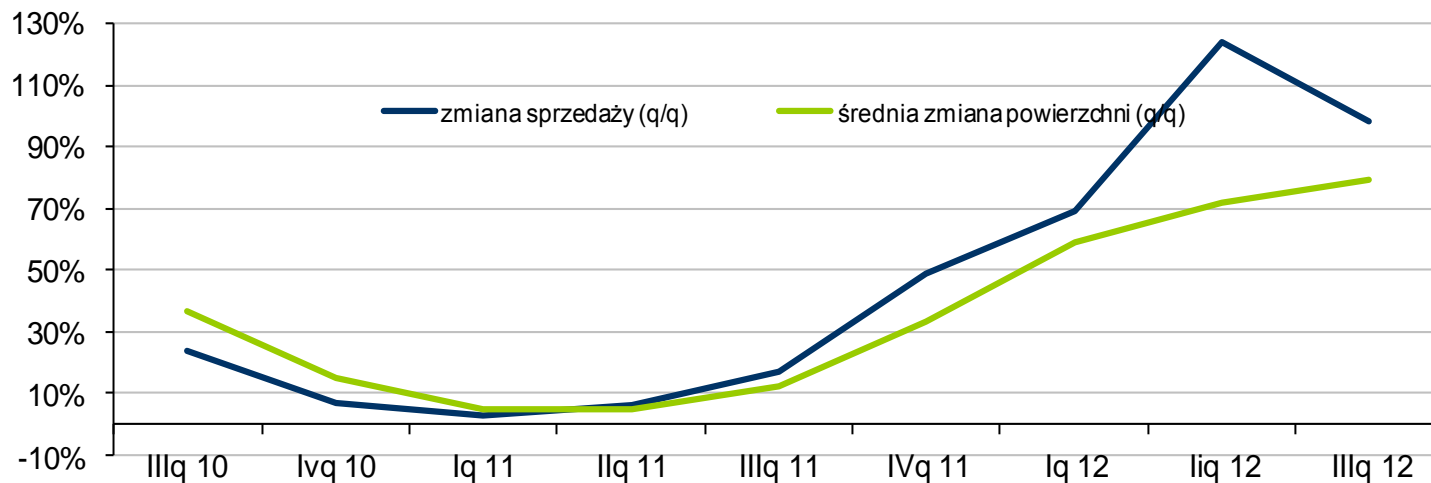


Zmiana efektywności

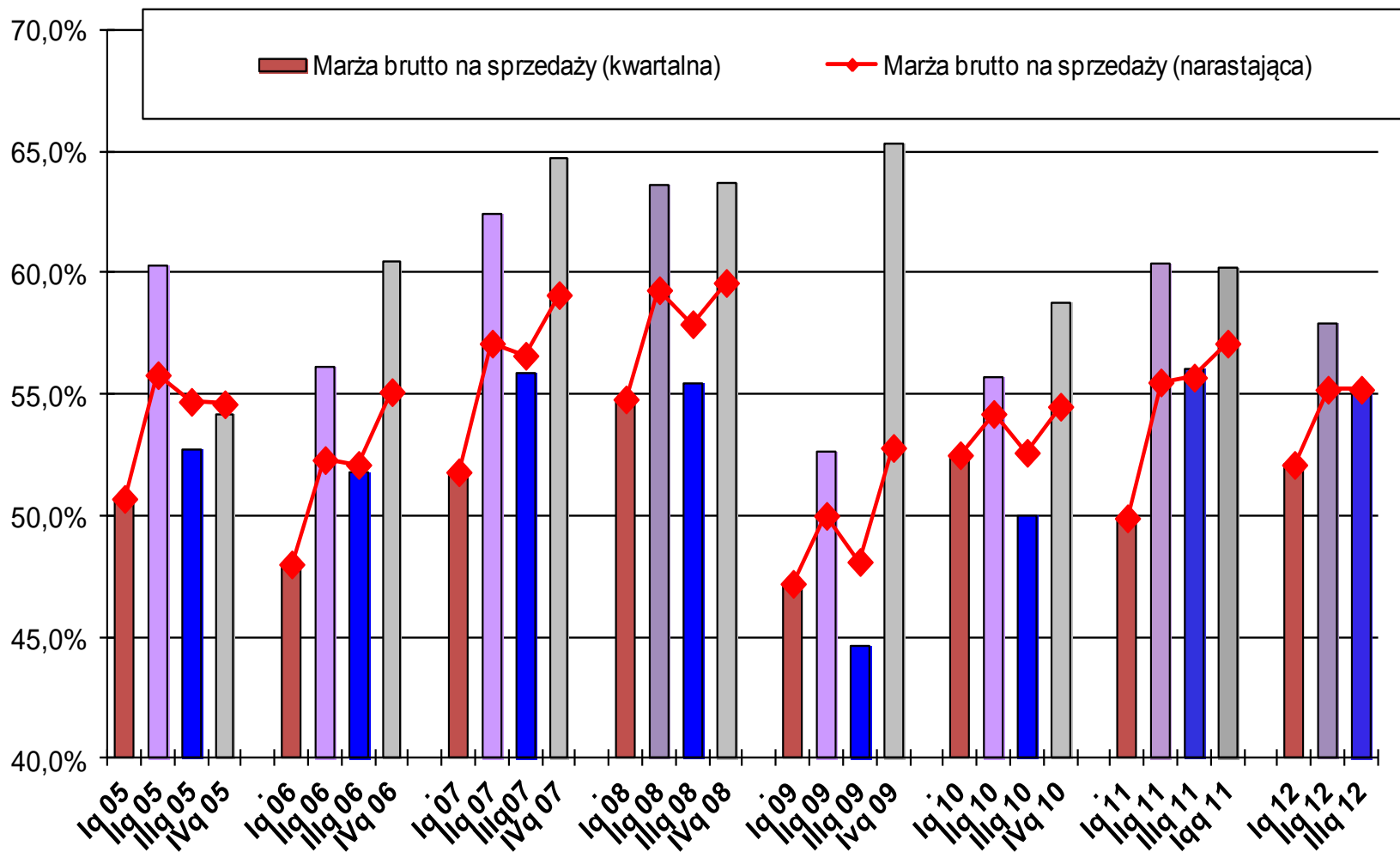
HOUSE



MOHITO



Wysokość marży brutto na sprzedaży



Skonsolidowany rachunek zysków i strat IIIQ

Wyszczególnienie [mln zł]	IIIQ 2012	IIIQ 2011	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	843,6	622,2	36%
Koszt własny sprzedaży	377,4	273,7	38%
Zysk brutto na sprzedaży	466,2	348,5	34%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>55,3%</i>	<i>56,0%</i>	<i>-0,7%</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	350,9	265,2	32%
EBITDA	141,4	100,0	41%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>16,8%</i>	<i>16,1%</i>	<i>0,7%</i>
EBIT	113,3	77,2	47%
<i>Marża EBIT</i>	<i>13,4%</i>	<i>12,4%</i>	<i>1,0%</i>
Zysk netto	94,6	61,1	55%
<i>Marża netto</i>	<i>11,2%</i>	<i>9,8%</i>	<i>1,4%</i>

Skonsolidowany rachunek zysków i strat I-IIIQ

Wyszczególnienie [mln zł]	I-III Q 2012	I-IIIQ 2011	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	2 261,7	1 703,20	33%
Koszt własny sprzedaży	1 013,0	754,8	34%
Zysk brutto na sprzedaży	1 248,7	948,5	32%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>55,2%</i>	<i>55,7%</i>	<i>-0,5%</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	973,5	760,0	28%
EBITDA	348,6	246,0	42%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>15,4%</i>	<i>14,4%</i>	<i>1,0%</i>
EBIT	269,3	175,7	53%
<i>Marża EBIT</i>	<i>11,9%</i>	<i>10,3%</i>	<i>1,6%</i>
Zysk netto	206,4	139,4	48%
<i>Marża netto</i>	<i>9,1%</i>	<i>8,2%</i>	<i>0,9%</i>

Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	30 września 2012	31 grudnia 2011	30 września 2011
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>830,2</u>	<u>744,9</u>	<u>719,8</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	273,0	272,6	272,1
- rzeczowe aktywa trwałe	527,6	447,7	428,3
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>947,8</u>	<u>868,9</u>	<u>762,1</u>
- zapasy	658,2	594,6	553,6
- należności krótkoterminowe handlowe	135,6	114,3	100,7
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	84,8	117,0	48,7
Aktywa razem	1 778,0	1 613,9	1 481,8
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>1 063,80</u>	<u>909,2</u>	<u>774,7</u>
- kapitał podstawowy	3,7	3,6	3,6
- zysk netto okresu bieżącego	205,3	268,7	139,4
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>147,8</u>	<u>89,4</u>	<u>203,9</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	143,1	86,4	118,2
- obligacje	-	-	82,7
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>566,3</u>	<u>615,3</u>	<u>503,3</u>
-zobowiązania z tytułu dostaw i usług	374,4	377,5	285,1
-obligacje	-	86,2	1,4
- kredyty bankowe i pożyczki	164,6	117,7	204,5
Pasywa razem	1 778,0	1 613,9	1 481,8

Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m ²]	31.12.2012	31.12.2013	zmiana [tys. m ²]	zmiana
Reserved	255	323	68	27%
Polska	157	184	27	17%
UE	41	50	9	22%
Rosja i Ukraina	57	89	32	56%
CROPP	73	91	19	26%
Polska	45	53	8	18%
UE	8	11	2	28%
Rosja i Ukraina	19	27	8	44%
House	64	80	16	25%
Polska	46	53	7	15%
UE	7	8	1	17%
Rosja i Ukraina	11	19	8	79%
Mohito	40	65	25	64%
Polska	26	39	12	47%
UE	3	6	3	113%
Rosja i Ukraina	10	20	10	93%
Sinsay		13	13	
Polska		13	13	
Wyprzedażowe	6	9	3	49%
suma podział geograficzny				
Polska	281	351	70	25%
UE	59	75	16	27%
Rosja i Ukraina	97	155	58	60%
<u>RAZEM</u>	<u>437</u>	<u>581</u>	<u>144</u>	33%

- Prognozowany wzrost powierzchni sprzedaży w 2013 roku to 144 tys. m². (+33%).
- Wartość nakładów (środki trwałe) na rozwój sieci sklepów to około 300 mln zł (szacunek na bazie średniego wydatku na m² ponoszonego w 2012 roku).