

Lpp[®]
S.A.

Wyniki osiągnięte w IV kwartale 2012

RESERVED



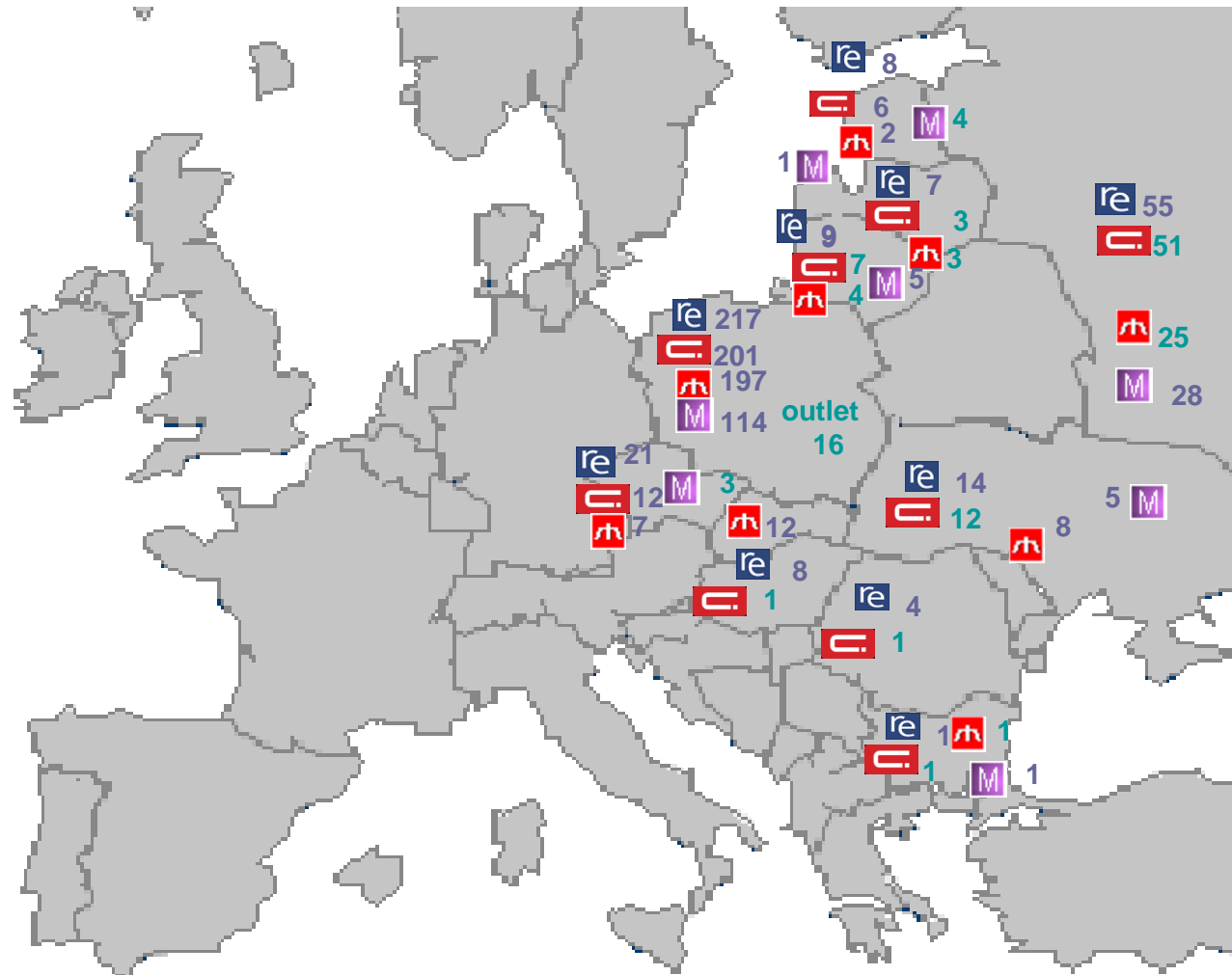
M O H I T O



sinsay

Nasze marki obecne w całym regionie

31 grudnia 2012 roku sieć
detailed LPP liczyła 1077
sklepów z czego:
344 Reserved
295 CROPP
259 House
161 Mohito



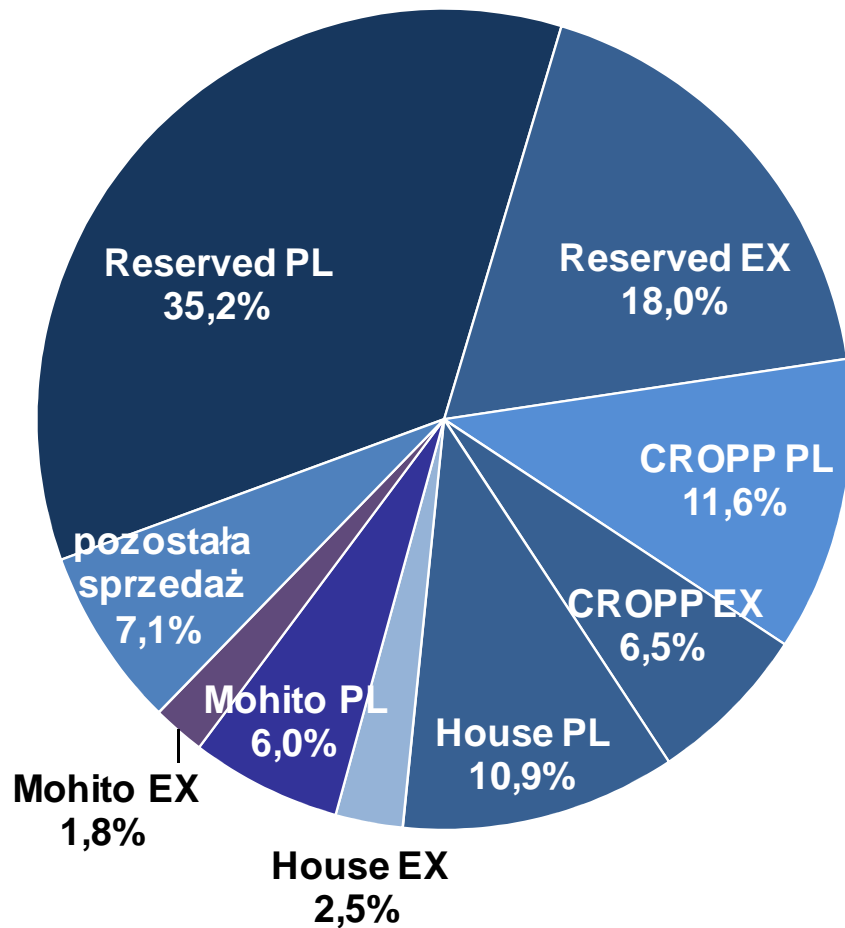
Realizacja planu rozwoju sieci

Powierzchnia [tys. m ²]	31.12.2012	31.12.2011	Zmiana
Reserved	252,2	212,0	19%
Polska	156,0	137,6	13%
UE	41,3	38,4	8%
Rosja i Ukraina	54,9	36,0	53%
CROPP	72,0	59,4	21%
Polska	44,9	39,6	13%
UE	8,3	9,1	-9%
Rosja i Ukraina	18,8	10,7	76%
House	63,8	51,0	25%
Polska	46,4	41,0	13%
UE	7,2	7,0	3%
Rosja i Ukraina	10,2	3,0	240%
Mohito	38,9	17,3	125%
Polska	26,0	15,0	73%
UE	3,0	1,4	114%
Rosja i Ukraina	9,9	0,9	1000%
outlet	7,0	3,8	84%
<u>RAZEM</u>	<u>433,9</u>	<u>343,5</u>	26%

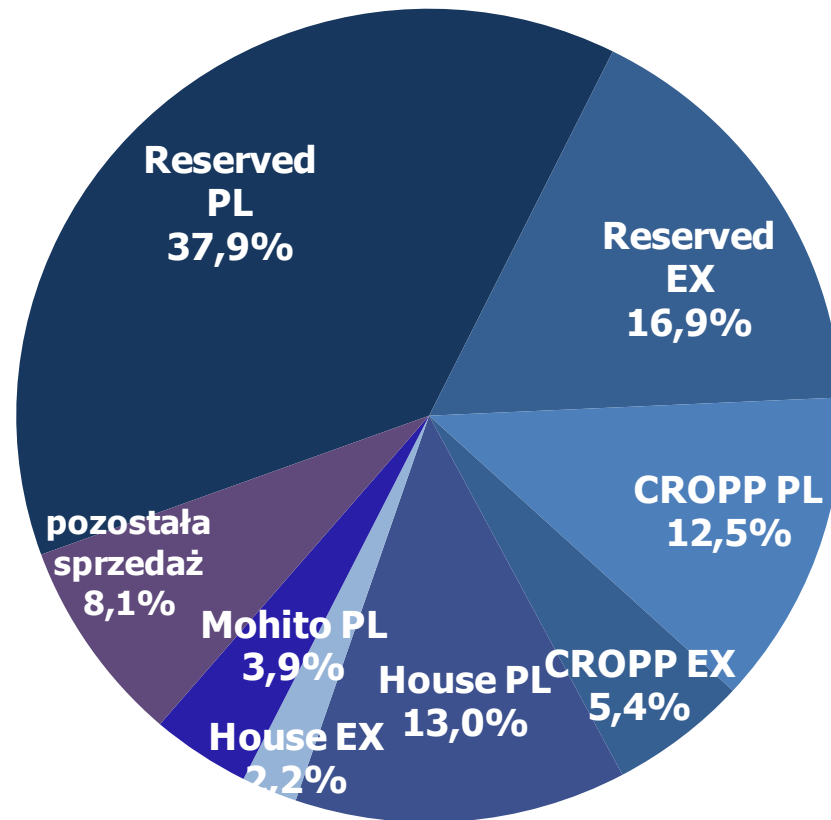
Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 26% (90 tysięcy m²).

Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

2012



2011



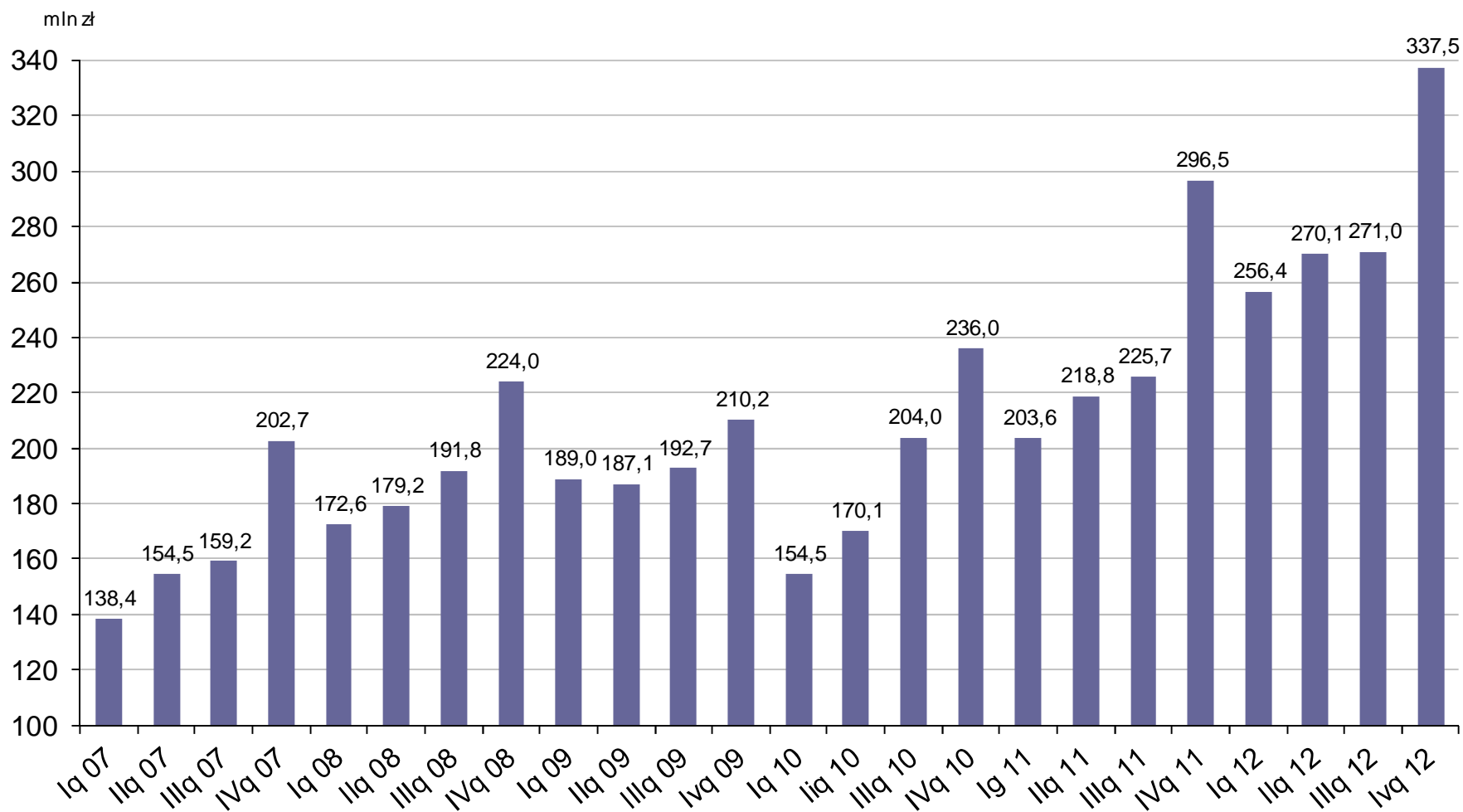
4

RESERVED



M O H I T O

Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce

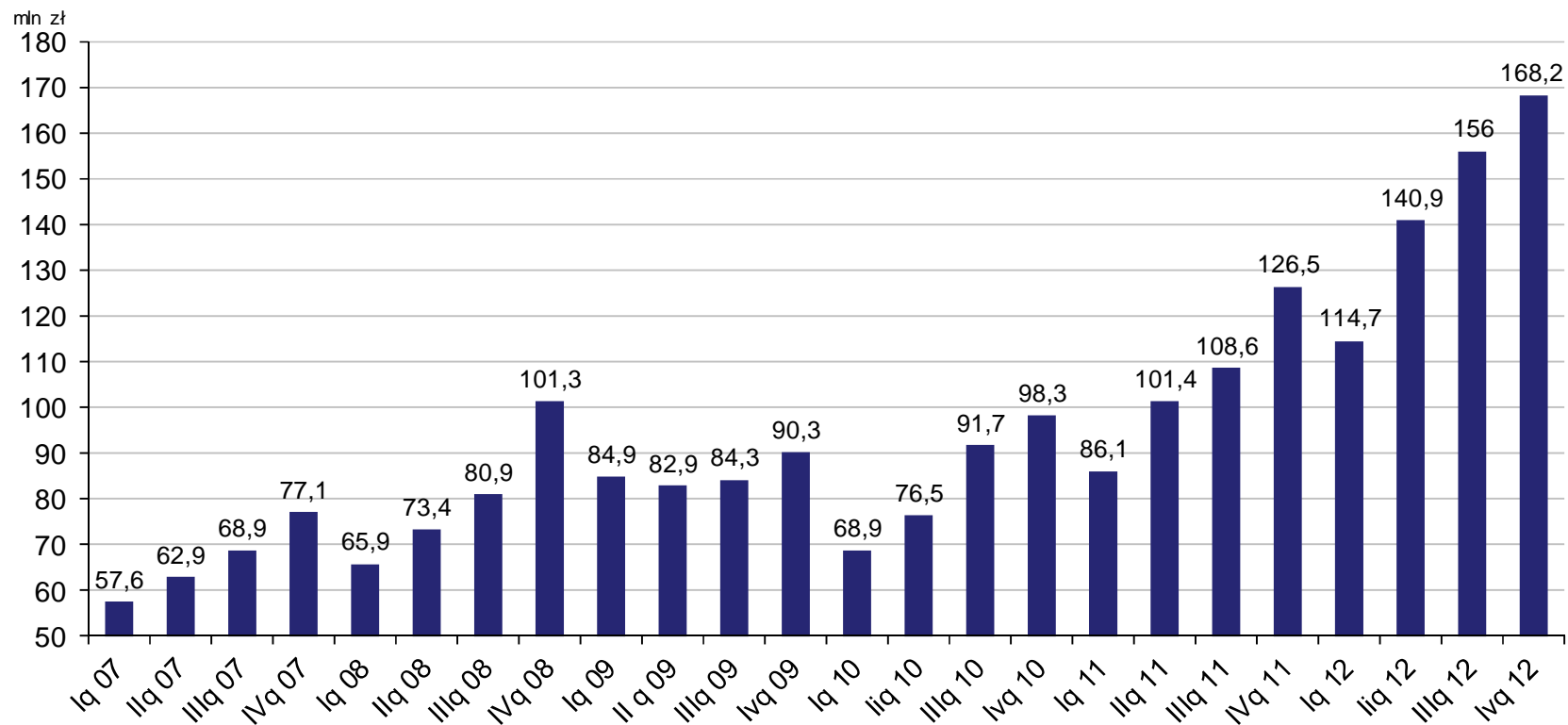


RESERVED

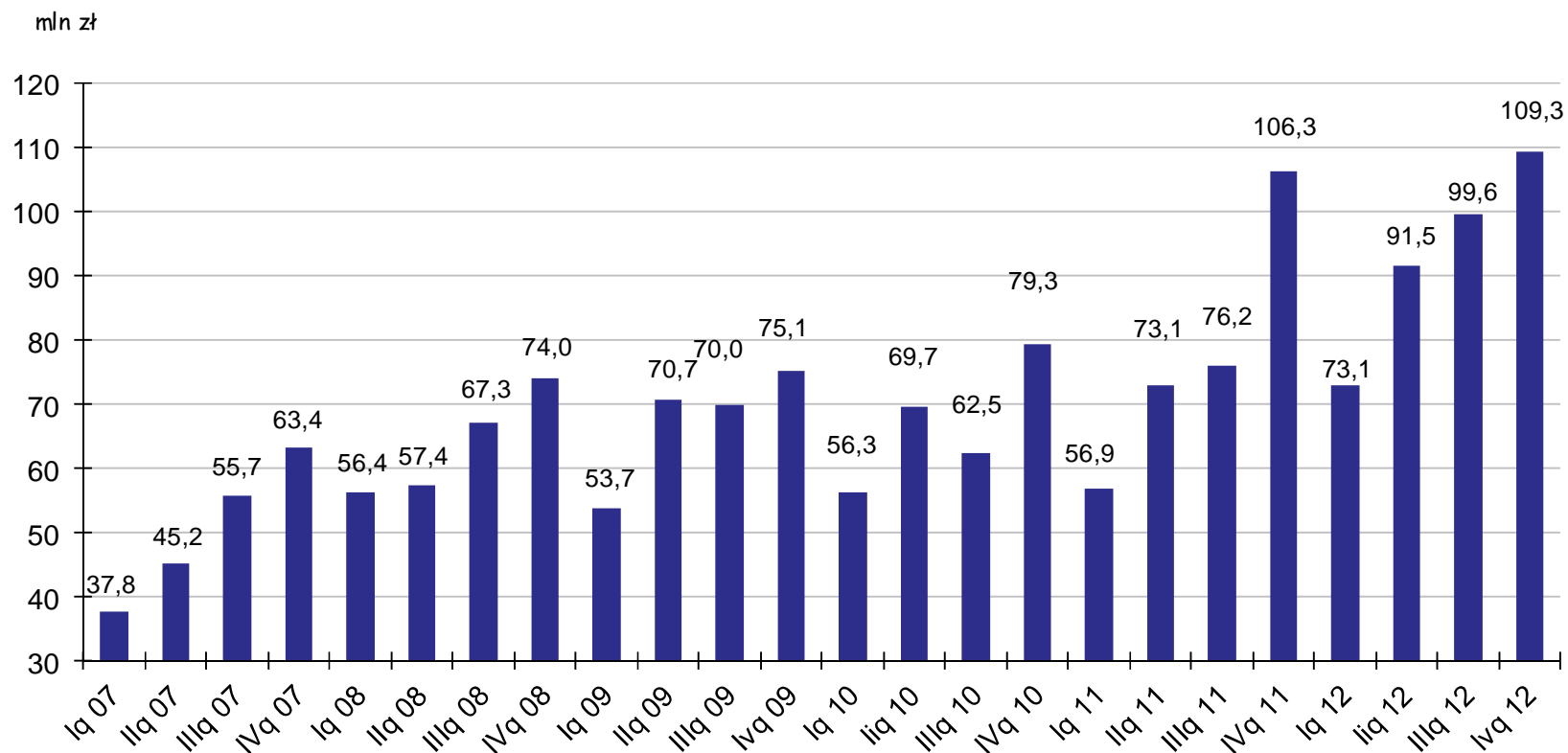


M O H I T O

Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą



Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce



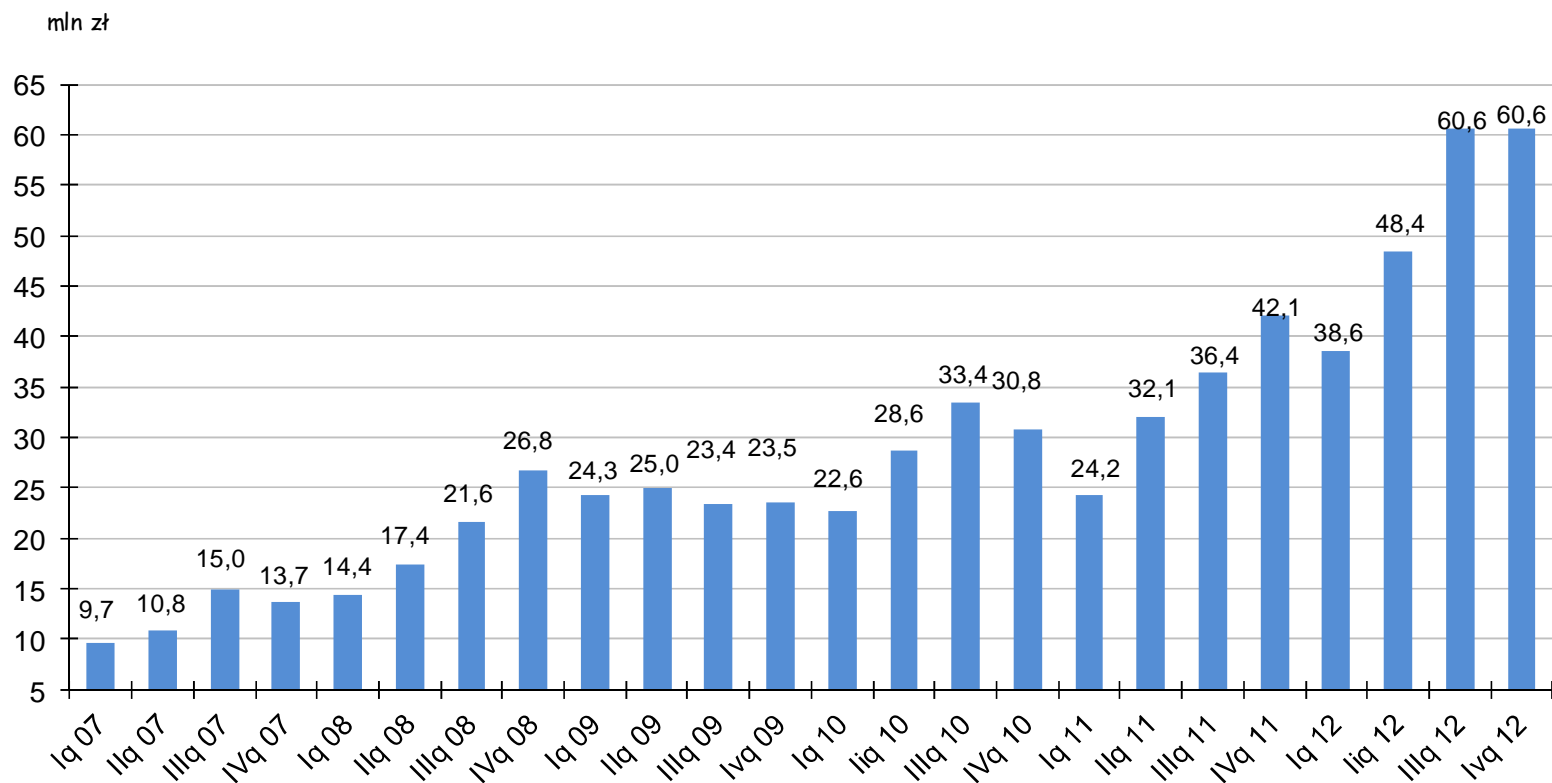
7

RESERVED

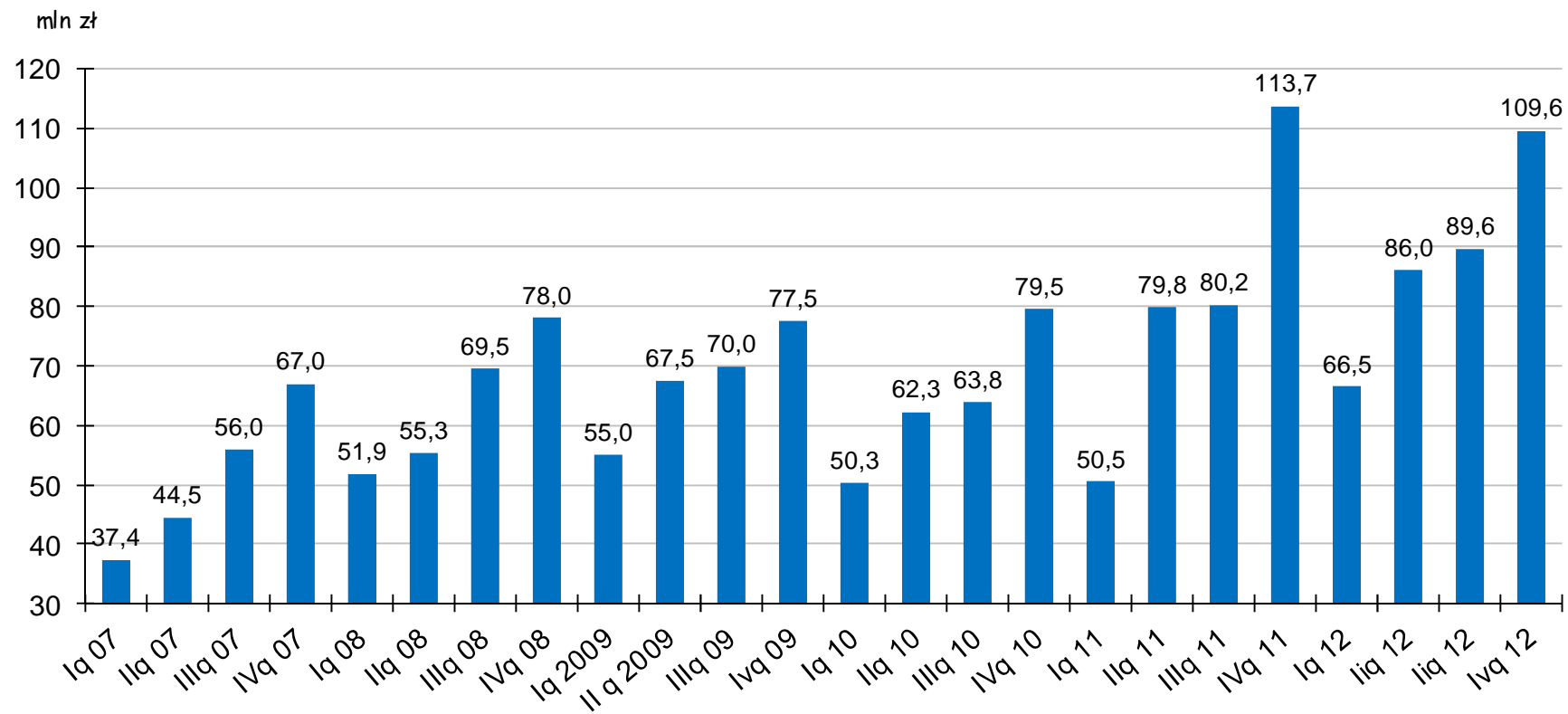


M O H I T O

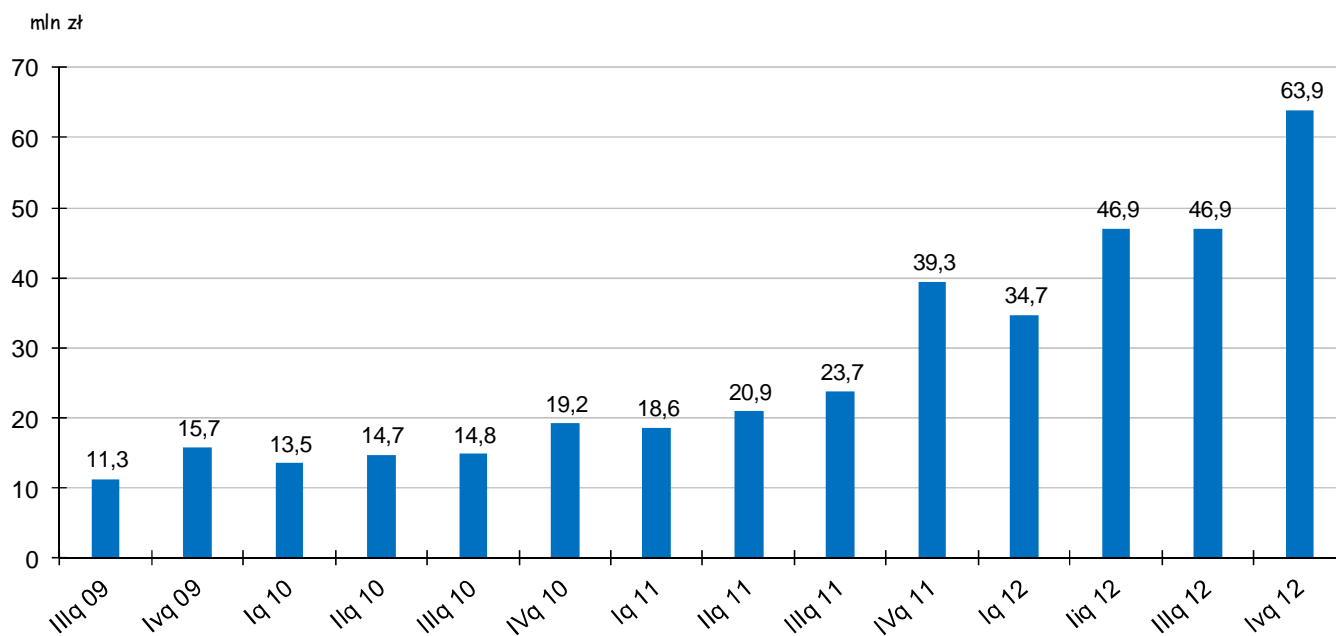
Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce



Przychody ze sprzedaży sieci Mohito w Polsce



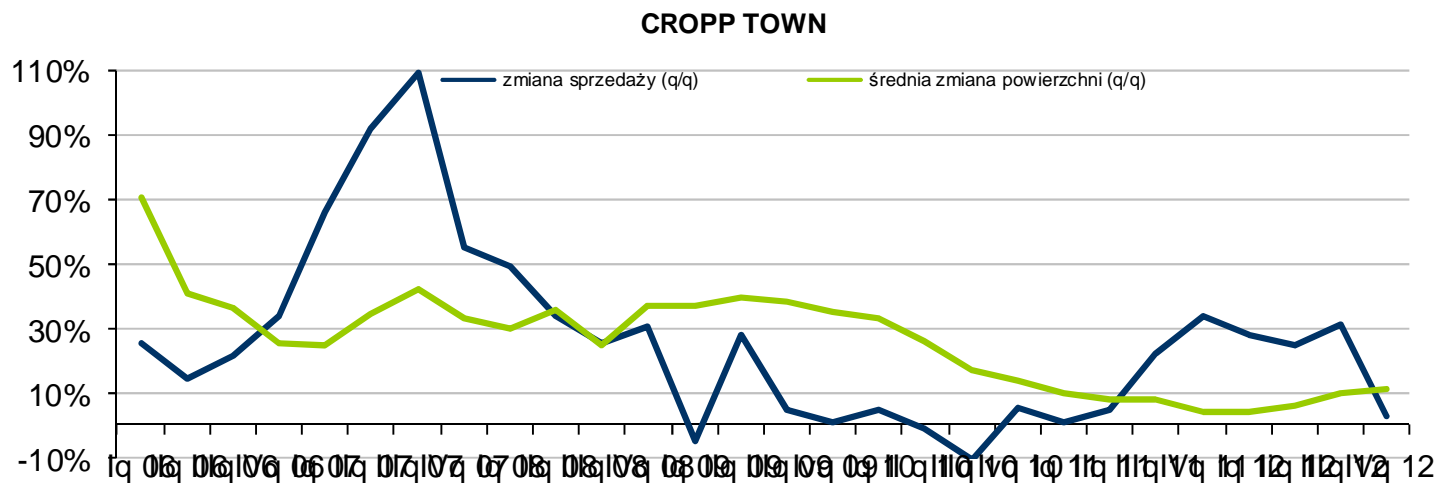
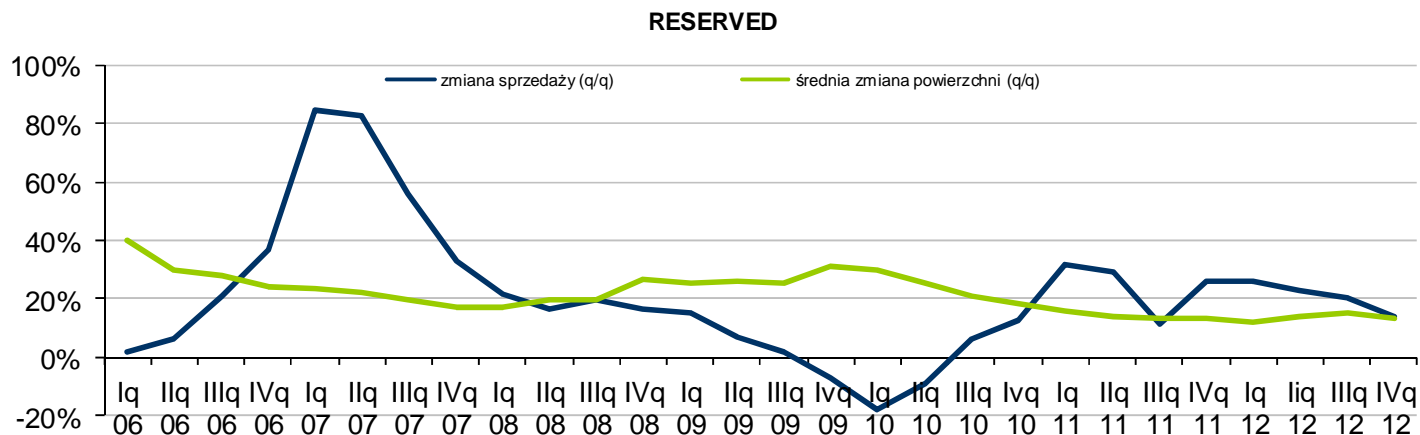
10

RESERVED



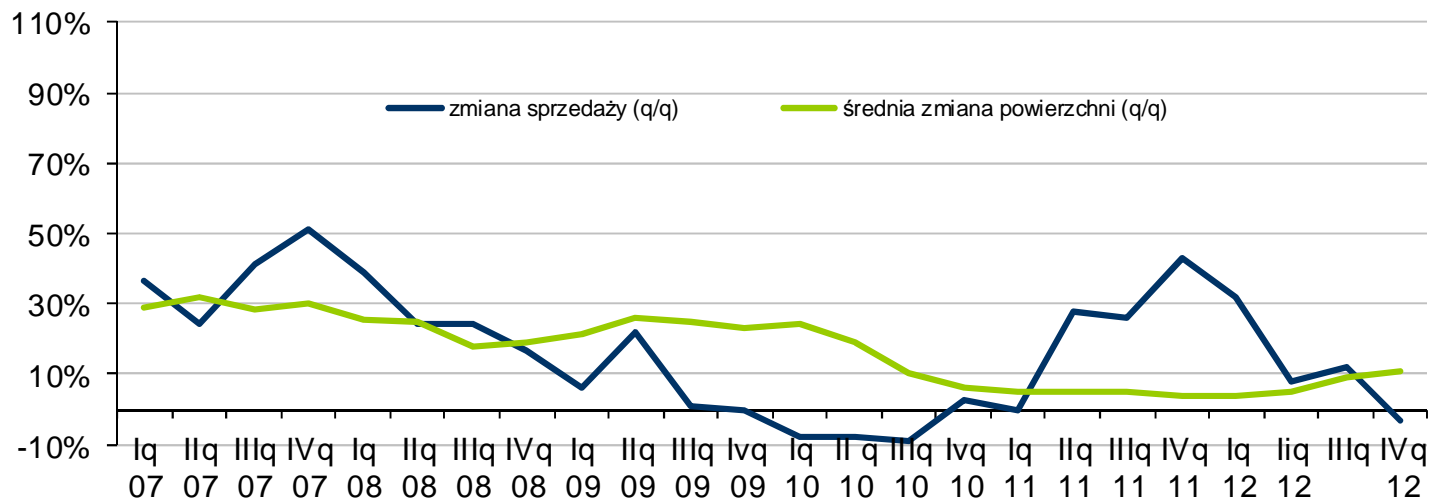
M O H I T O

Zmiana efektywności

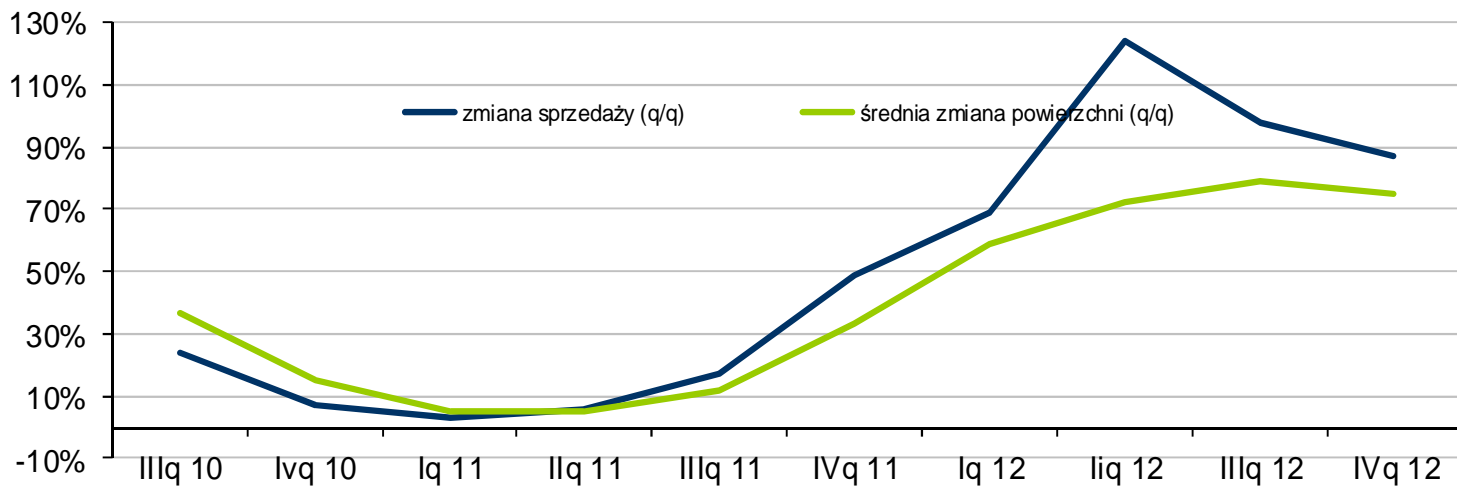


Zmiana efektywności

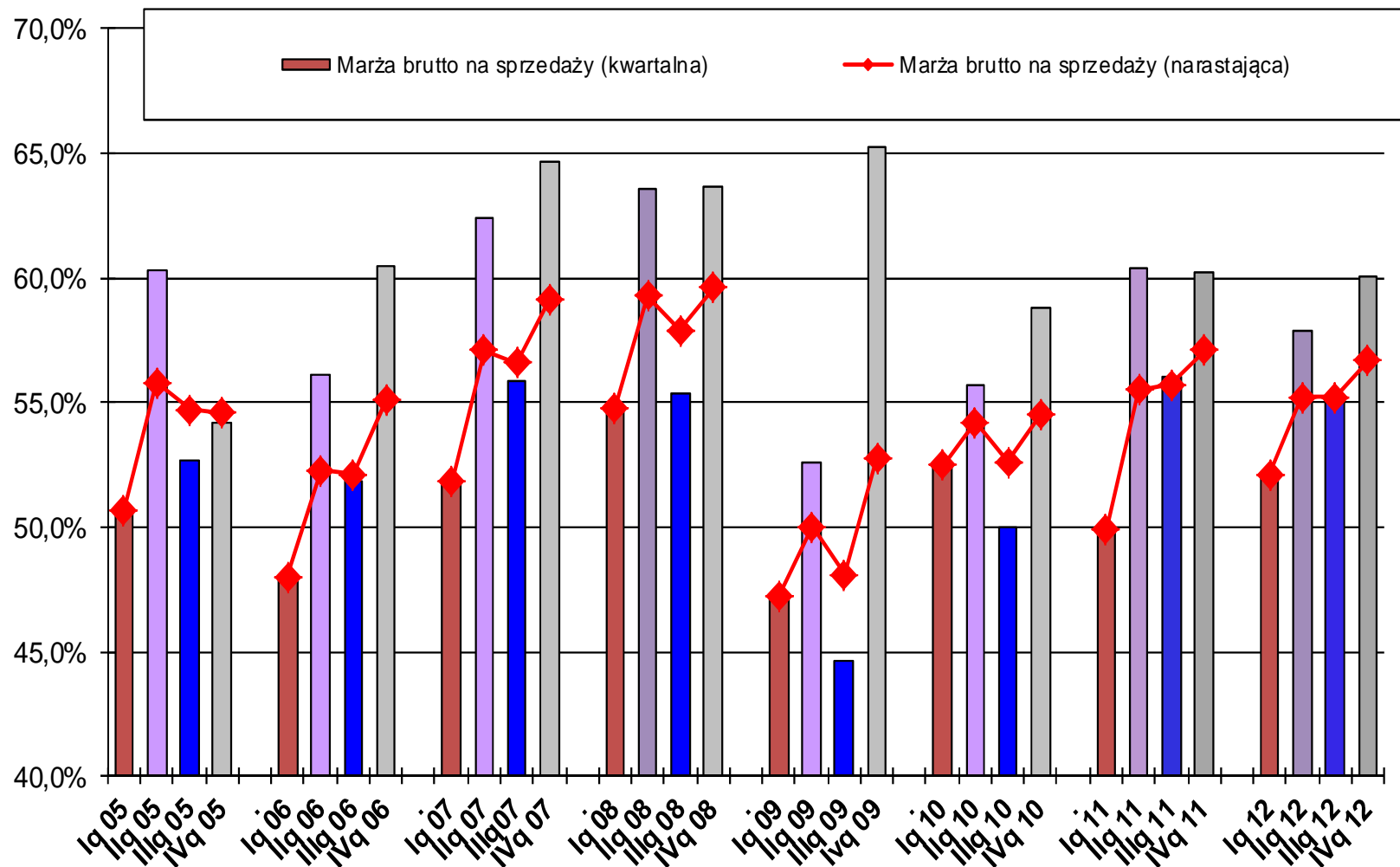
HOUSE



MOHITO



Wysokość marży brutto na sprzedaży



Skonsolidowany rachunek zysków i strat IVQ

Wyszczególnienie [mln zł]	IVQ 2012	IVQ 2011	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	962,1	789,3	22%
Koszt własny sprzedaży	383,5	314,0	22%
Zysk brutto na sprzedaży	578,6	475,3	22%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>60,1%</i>	<i>60,2%</i>	<i>-0,1%</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	386,1	310,2	24%
EBITDA	216,1	192,5	12%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>22,5%</i>	<i>24,4%</i>	<i>-1,9%</i>
EBIT	186,4	167,4	11%
<i>Marża EBIT</i>	<i>19,4%</i>	<i>21,2%</i>	<i>-1,8%</i>
Zysk netto	148,6	129,7	15%
<i>Marża netto</i>	<i>15,4%</i>	<i>16,4%</i>	<i>-1,0%</i>

14

RESERVED



M O H I T O

Skonsolidowany rachunek zysków i strat 2012

Wyszczególnienie [mln zł]	2012	2011	Zmiana [%]
Przychody ze sprzedaży	3 223,7	2492,5	29%
Koszt własny sprzedaży	1 396,5	1068,8	31%
Zysk brutto na sprzedaży	1 827,2	1423,7	28%
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>56,7%</i>	<i>57,1%</i>	<i>-0,4%</i>
Koszty sprzedaży i ogólne (SG&A)	1 359,6	1070,3	27%
EBITDA	564,7	438,5	29%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>17,5%</i>	<i>17,6%</i>	<i>-0,1%</i>
EBIT	455,7	343,1	33%
<i>Marża EBIT</i>	<i>14,1%</i>	<i>13,8%</i>	<i>0,4%</i>
Zysk netto	355,1	269,1	32%
<i>Marża netto</i>	<i>11,0%</i>	<i>10,8%</i>	<i>0,2%</i>

15

RESERVED



M O H I T O

Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	31 grudnia 2012	31 grudnia 2011
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>907,2</u>	<u>744,9</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	278,8	272,6
- rzeczowe aktywa trwałe	598,7	447,7
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>1024,3</u>	<u>868,9</u>
- zapasy	655,4	594,6
- należności krótkoterminowe handlowe	130,2	114,3
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	162,4	117,0
Aktywa razem	1 931,5	1 613,9
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>1 209,60</u>	<u>909,2</u>
- kapitał podstawowy	3,7	3,6
- zysk netto okresu bieżącego	353,5	268,7
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>125,6</u>	<u>89,4</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	125,1	86,4
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>557,1</u>	<u>615,3</u>
-zobowiązania z tytułu dostaw i usług	398,3	377,5
-obligacje		86,2
- kredyty bankowe i pożyczki	61,0	117,7
Pasywa razem	1 931,5	1 613,9

Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m ²]	31.12.2012	31.12.2013	zmiana [tys. m ²]	zmiana
Reserved	252	319	67	26%
Polska	156	184	28	18%
UE	41	53	11	28%
Rosja i Ukraina	55	82	27	49%
CROPP	72	90	18	26%
Polska	45	54	9	20%
UE	8	11	3	33%
Rosja i Ukraina	19	26	7	36%
House	64	81	17	26%
Polska	46	54	8	17%
UE	7	10	2	32%
Rosja i Ukraina	10	17	7	66%
Mohito	39	66	27	70%
Polska	26	42	16	61%
UE	3	7	4	133%
Rosja i Ukraina	10	17	7	74%
Sinsay		15	15	
Polska		15	15	
Wyprzedażowe	7	8	1	19%
suma podział geograficzny				
Polska	280	357	77	27%
UE	60	80	20	34%
Rosja i Ukraina	94	142	48	51%
<u>RAZEM</u>	<u>434</u>	<u>579</u>	<u>145</u>	33%

- Prognozowany wzrost powierzchni sprzedaży w 2013 roku to 145 tys. m². (+33%).
- Wartość nakładów (środki trwałe) na rozwój sieci sklepów to około 360 mln zł