



**Lpp**  
S.A.

**Wyniki osiągnięte w I półroczu 2011 roku**

**29 sierpnia 2011 roku**

RESERVED

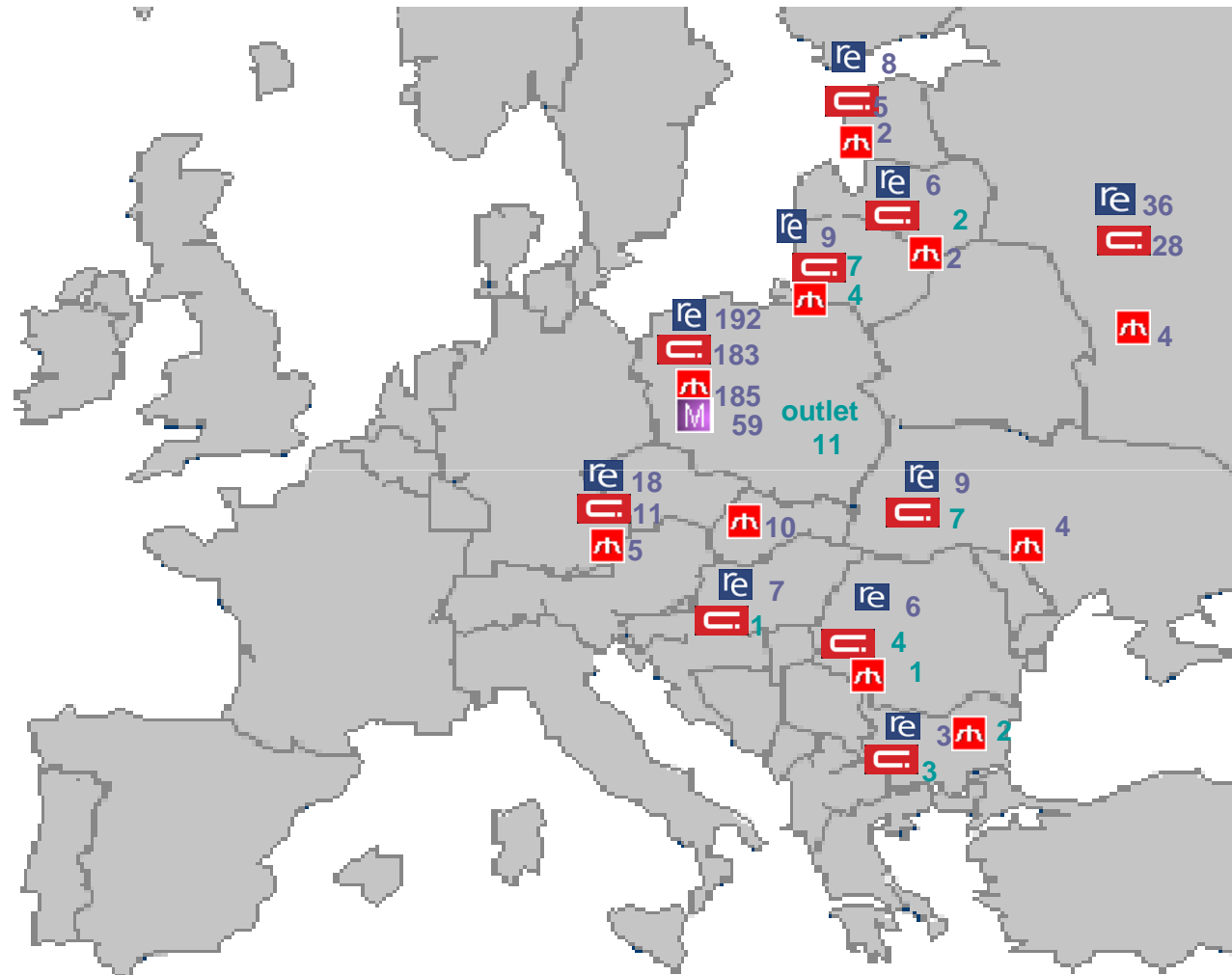
  
cropp

 house

MOHITO

# Nasze marki obecne w całym regionie

30 czerwca 2011 roku sieć  
detailed LPP liczyła 835  
sklepów, z czego:  
294 Reserved  
252 CROPP  
219 House  
59 Mohito



# Realizacja planu rozwoju sieci

Powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	30.06.2011	30.06.2010	Zmiana
<b>Reserved</b>	<b>201,3</b>	<b>182,8</b>	<b>10%</b>
Polska	129	112,7	14%
UE	39,2	40,9	-4%
Rosja i Ukraina	33,1	29,2	13%
<b>CROPP</b>	<b>56</b>	<b>51,7</b>	<b>8%</b>
Polska	37,8	35,3	7%
zagranica	18,2	16,4	11%
<b>House</b>	<b>49,1</b>	<b>45,6</b>	<b>8%</b>
Polska	40,4	38	6%
zagranica	8,7	7,6	14%
<b>Mohito</b>	<b>10,5</b>	<b>9,9</b>	<b>6%</b>
Polska	10,5	9,9	6%
outlet Polska	3,1	2,2	41%
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>320,0</u></b>	<b><u>292,2</u></b>	<b><u>10%</u></b>

- Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 10% (27,8 tysięcy m<sup>2</sup>) . Uwzględniając wpływ Esotiq o 8%.
- Średnia powierzchnia sieci w IH2011 roku była większa o 8% od średniej powierzchni w IIH roku 2010 ( w IIQ o 6%)

3

1) Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

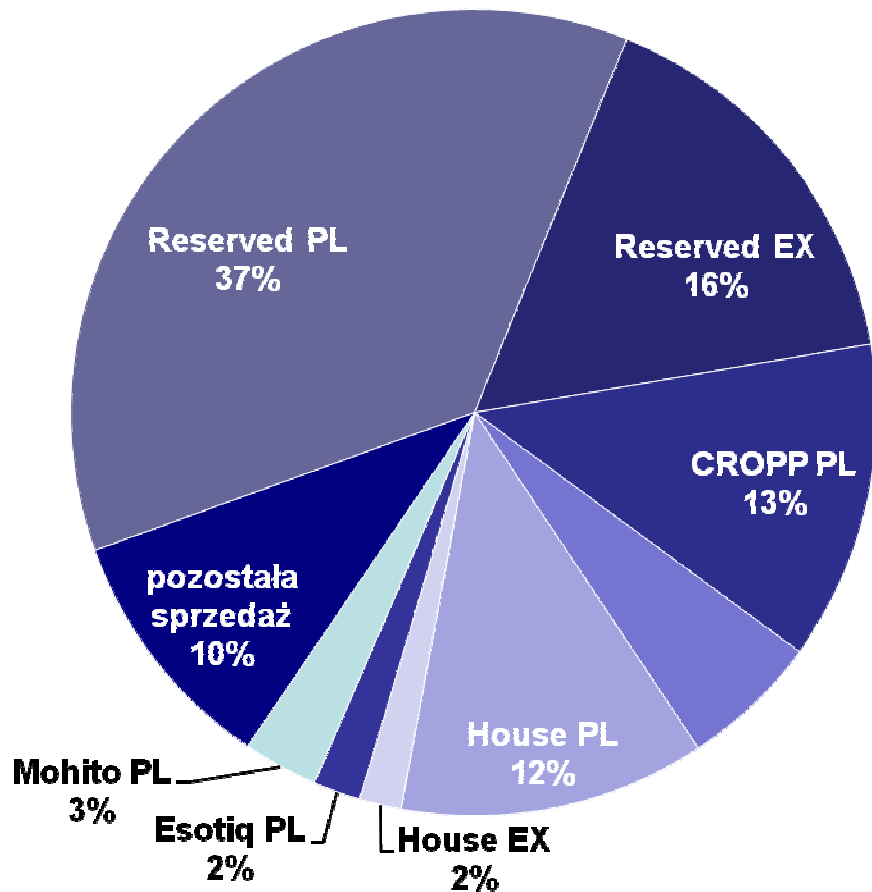
RESERVED



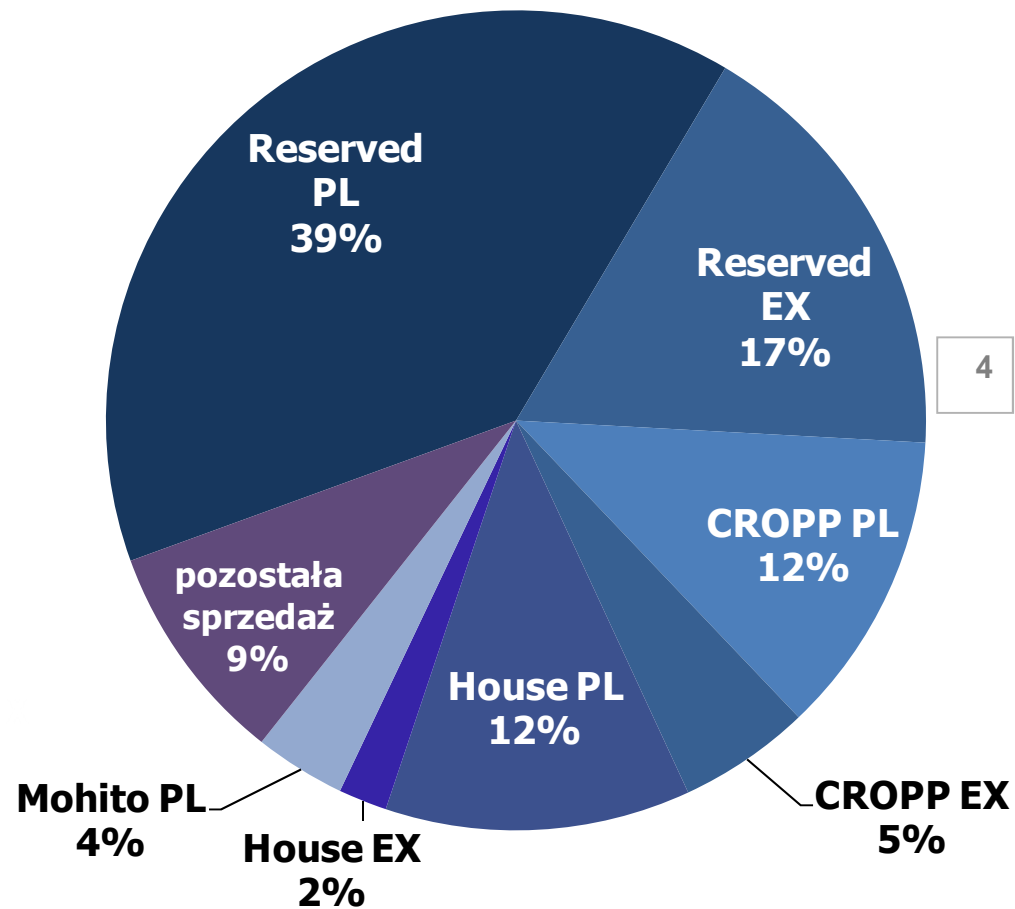
M O H I T O

# Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

2010



IH2011

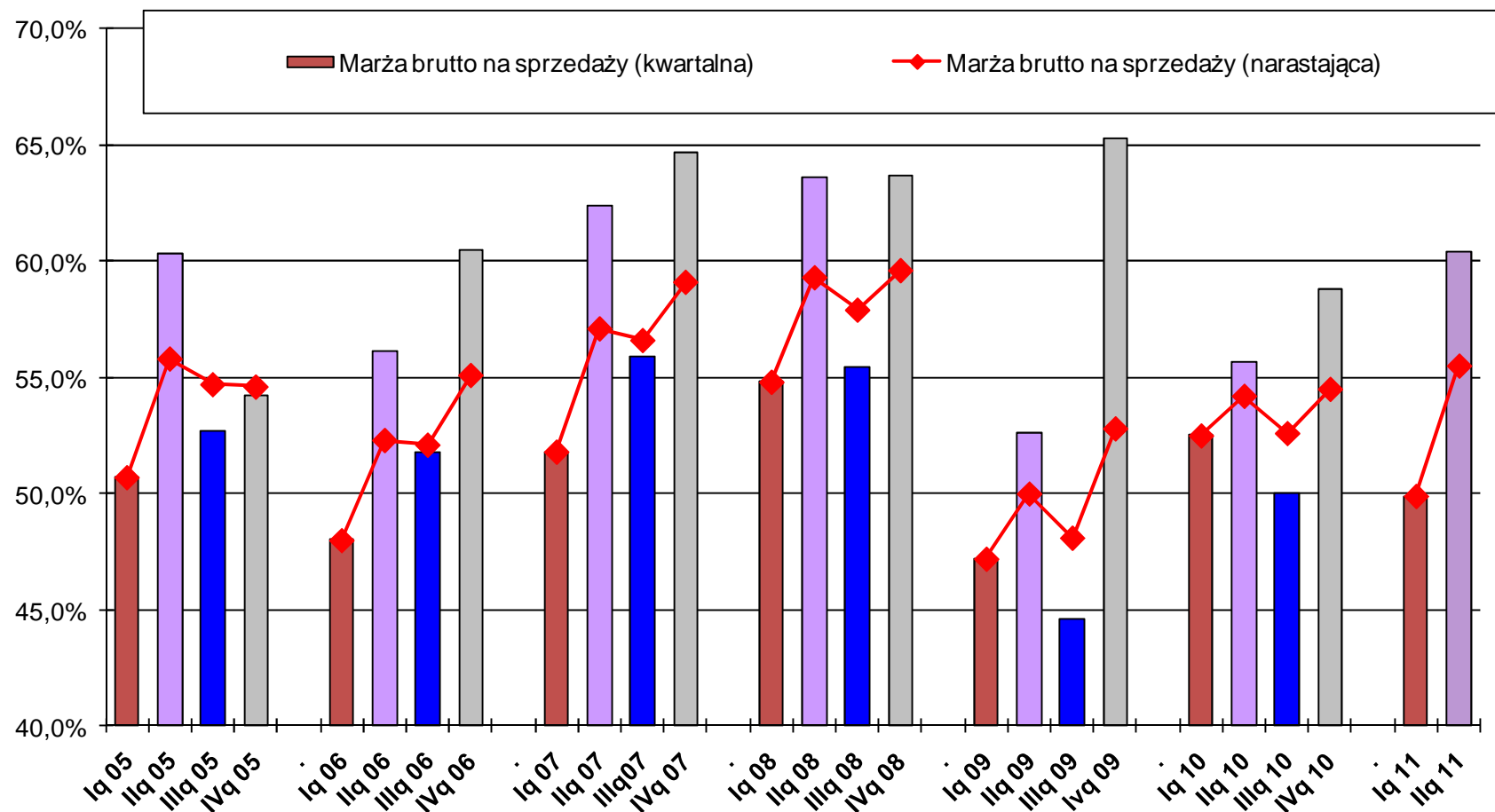


RESERVED

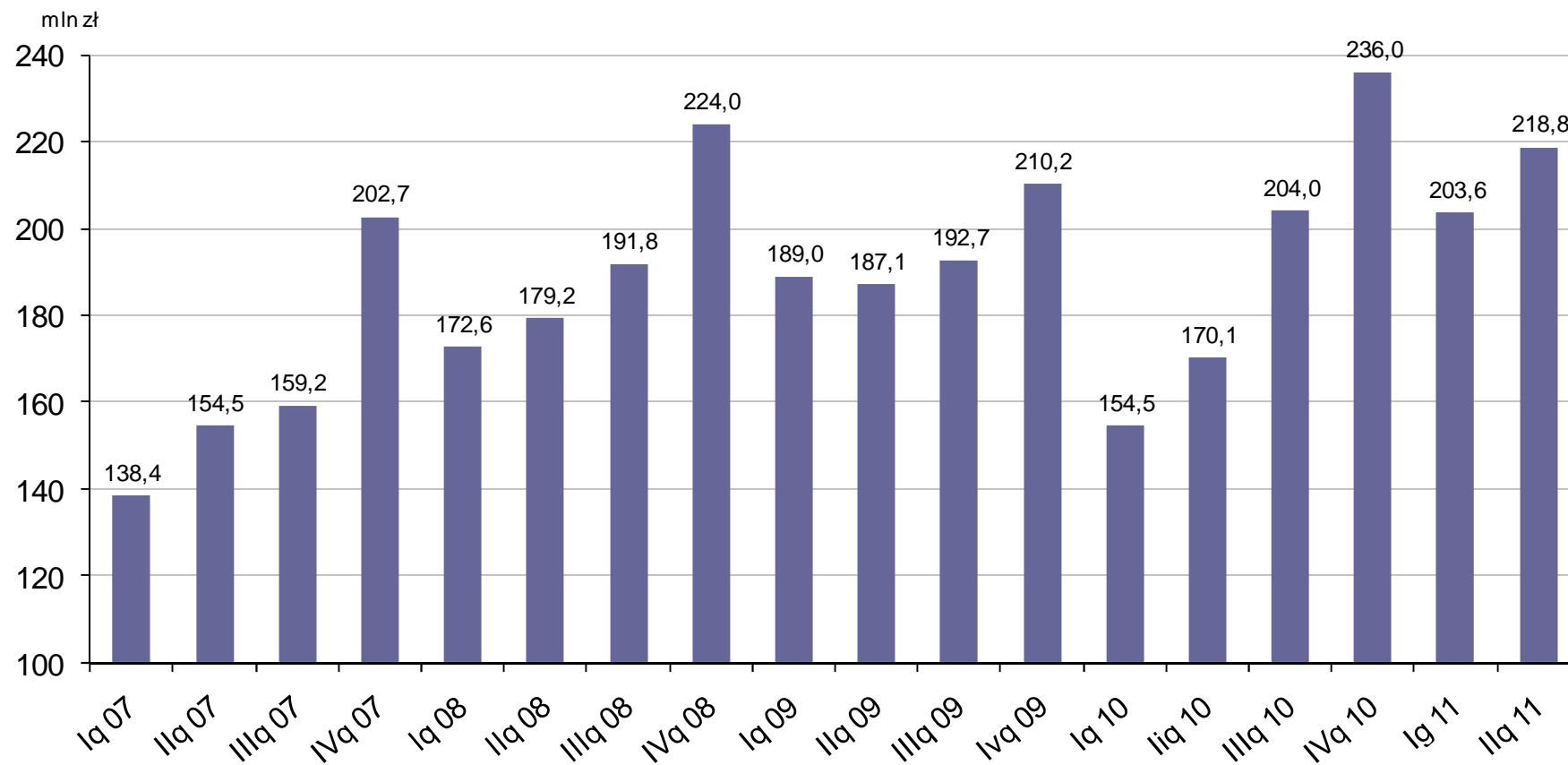


M O H I T O

# Wysokość marży brutto na sprzedaży



# Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



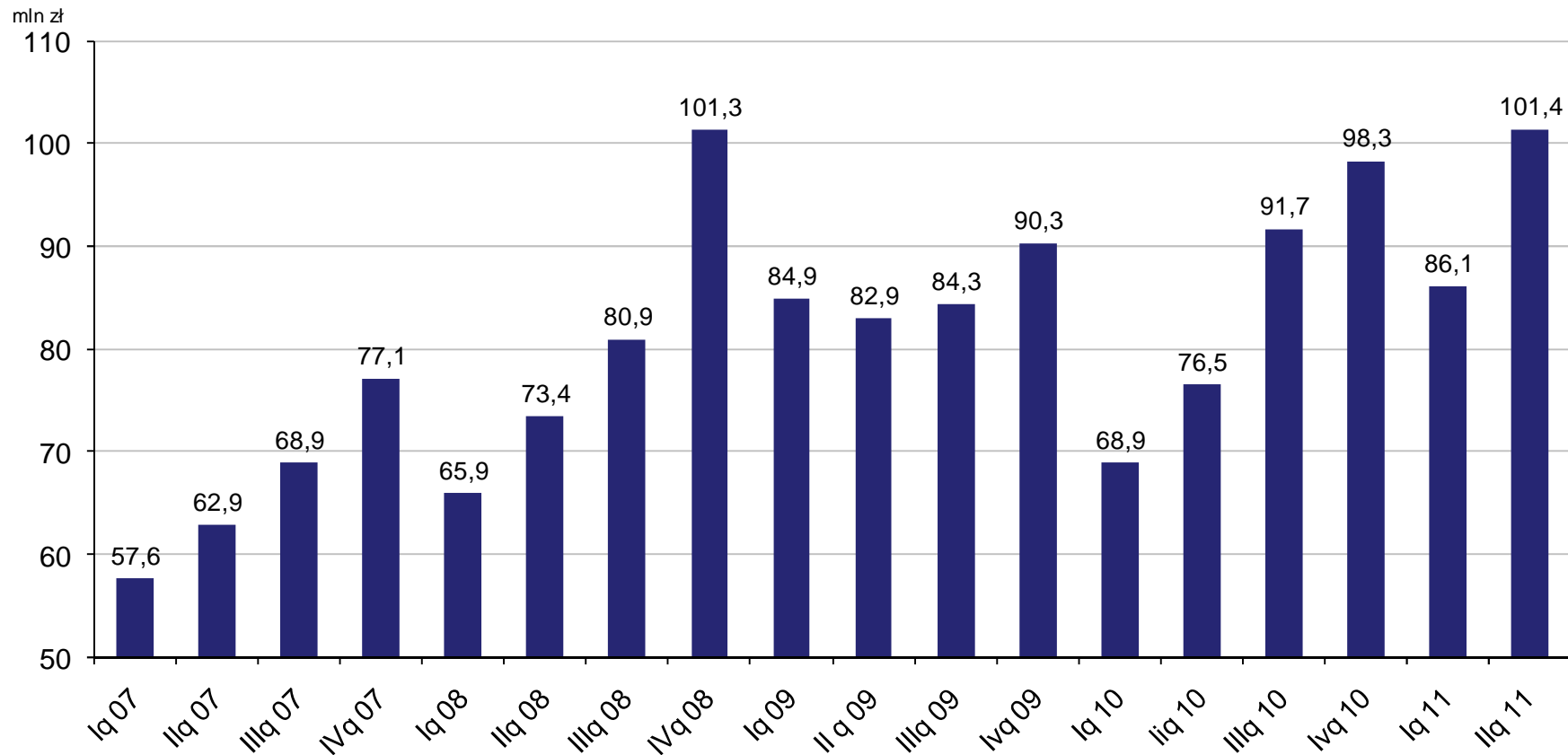
6

RESERVED



M O H I T O

# Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą



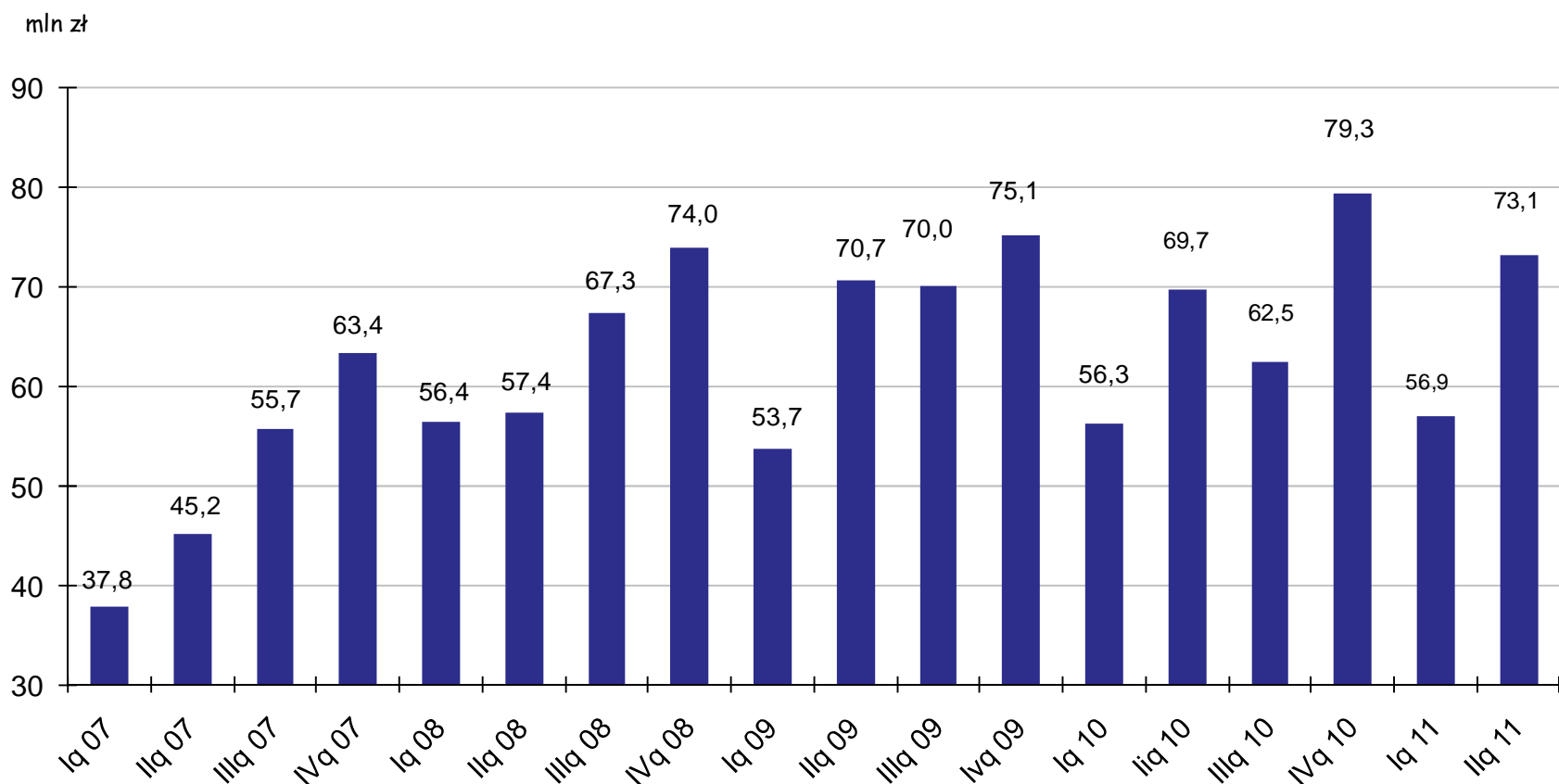
7

RESERVED



M O H I T O

# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce



8

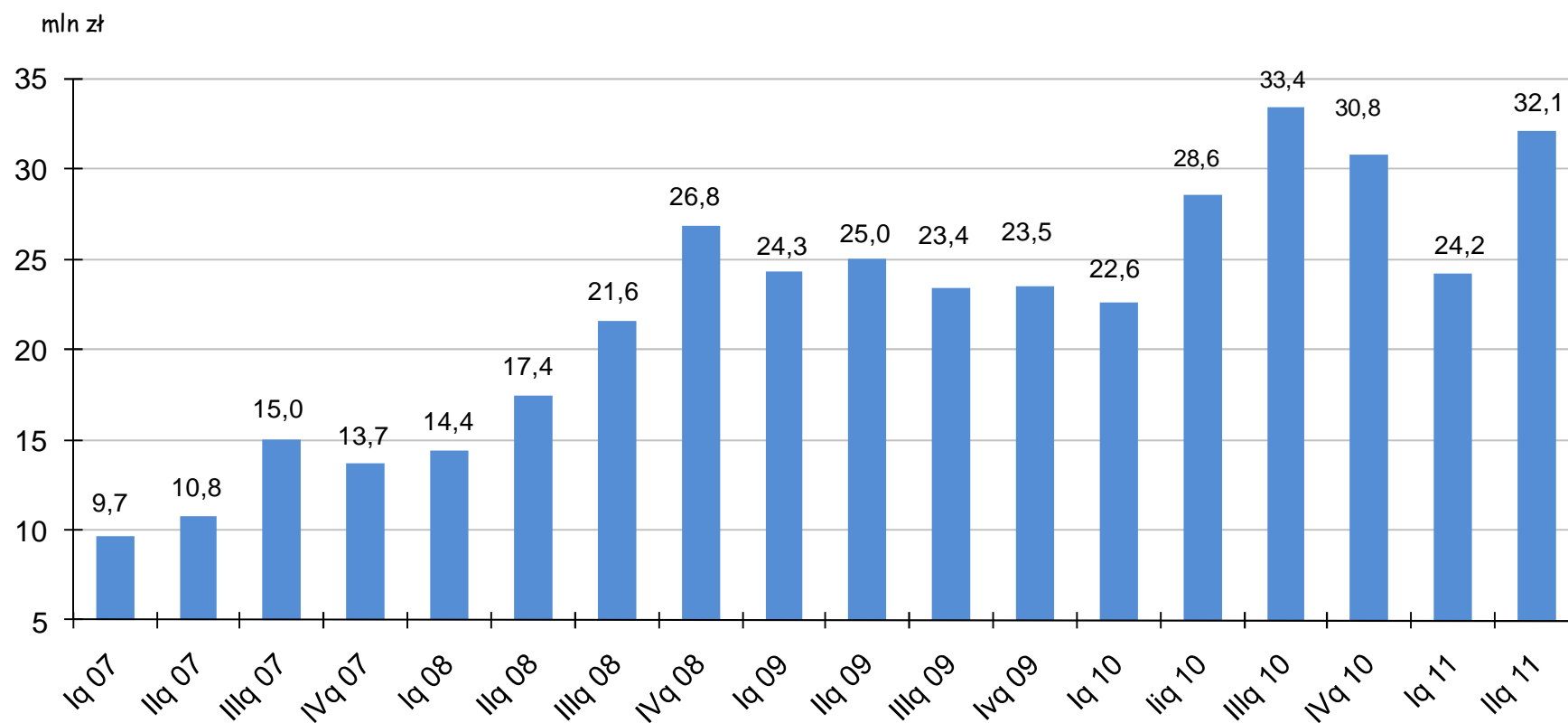
RESERVED



M O H I T O



# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



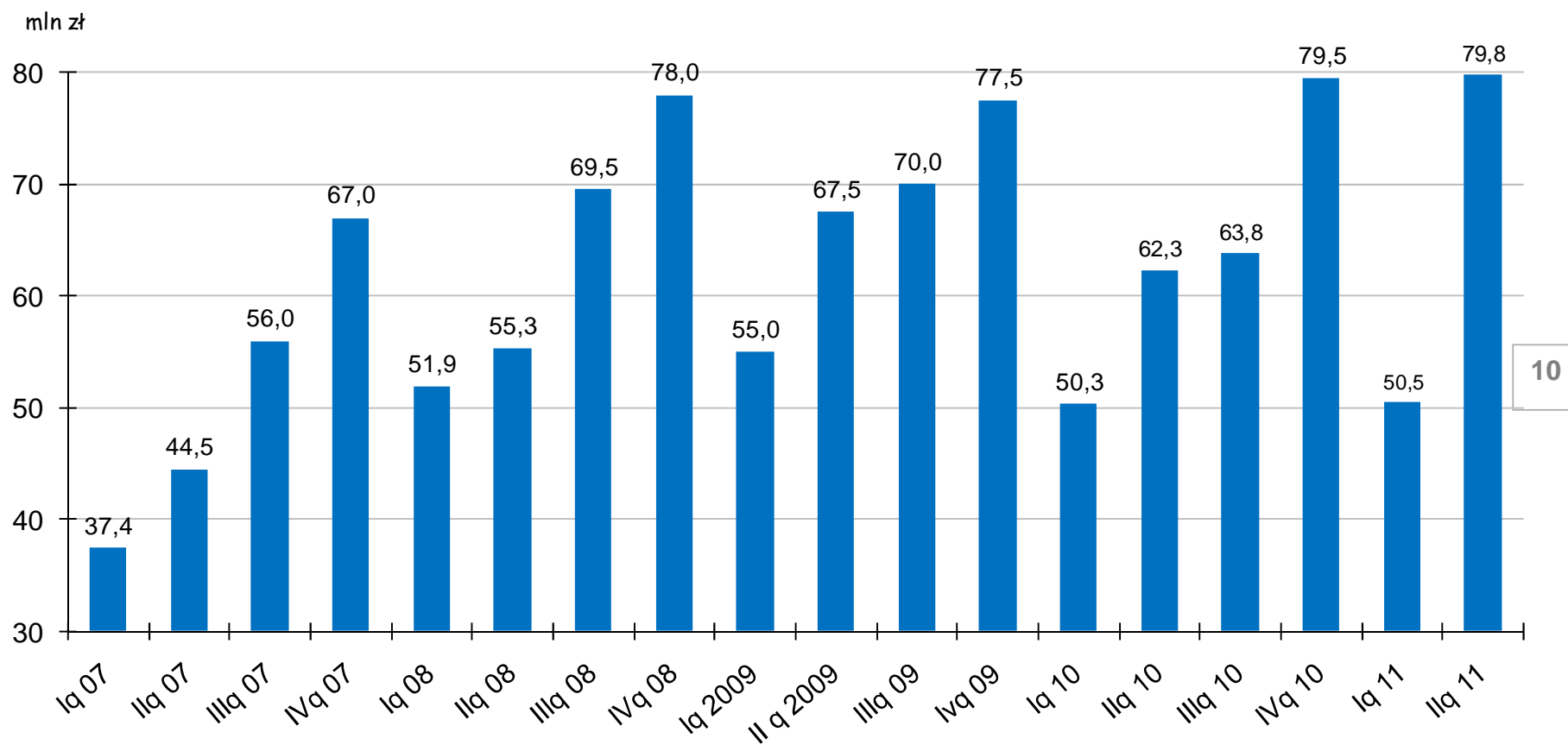
9

RESERVED



M O H I T O

# Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce

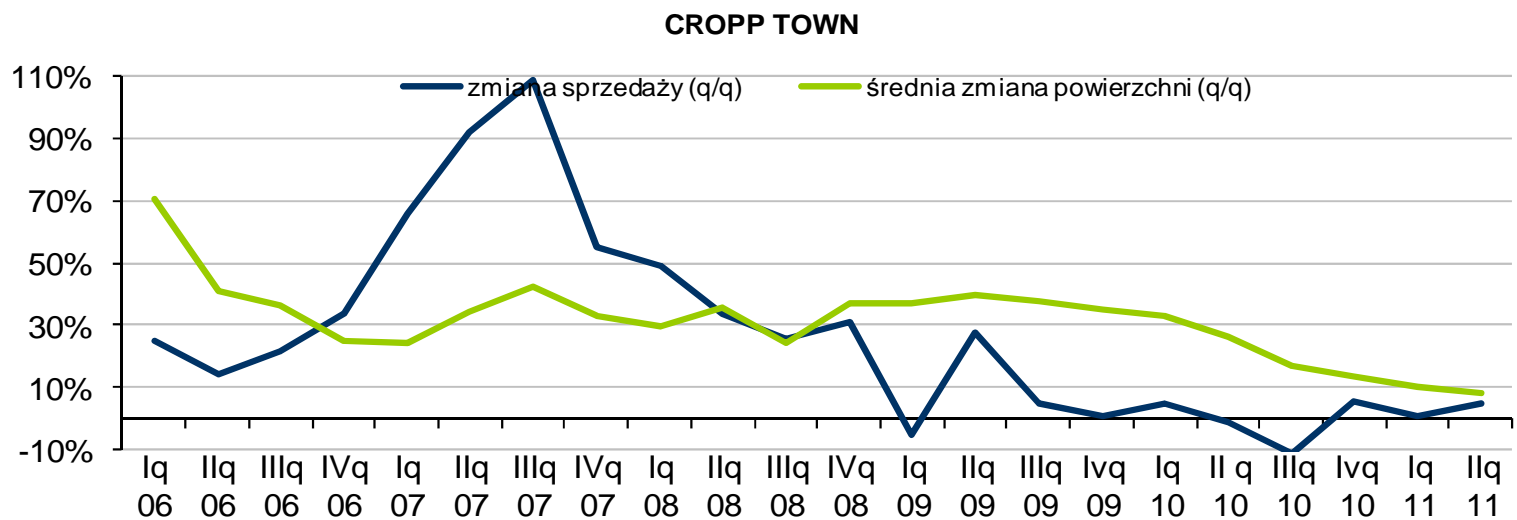
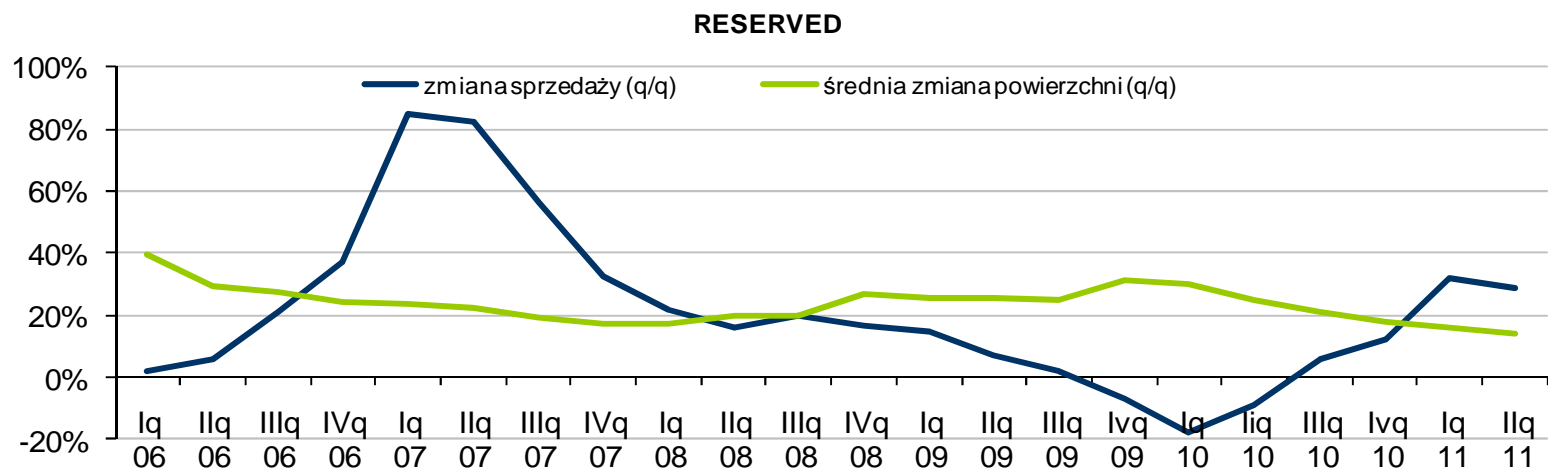


RESERVED

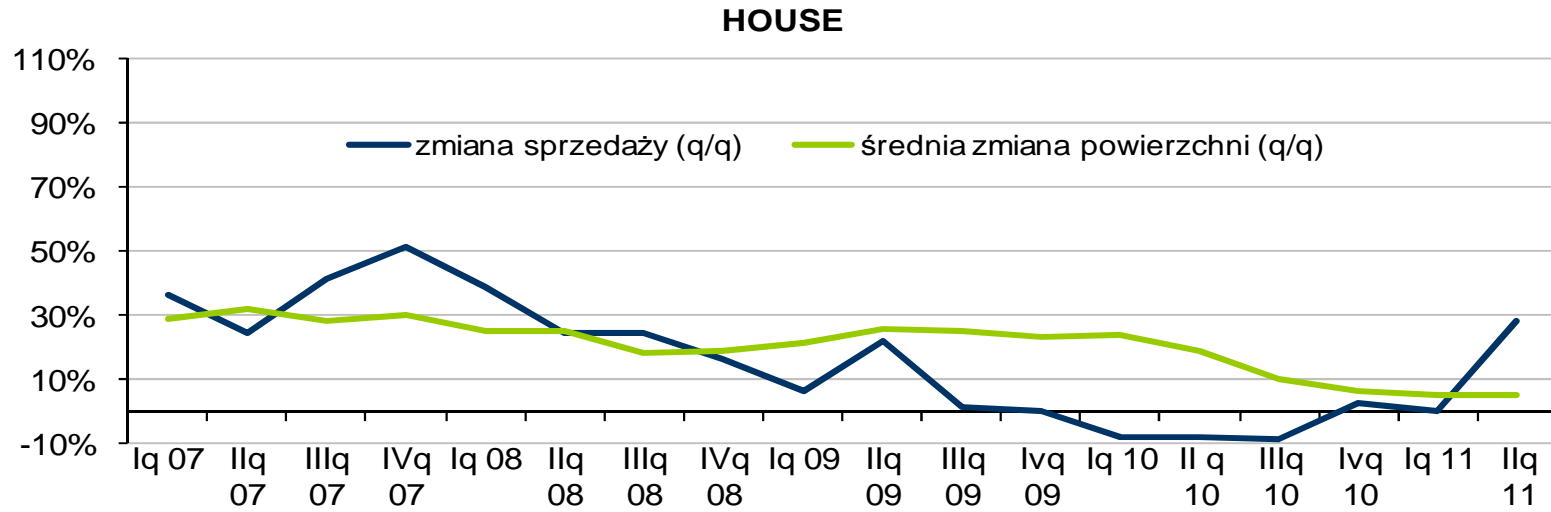


M O H I T O

# Zmiana efektywności



# Zmiana efektywności



# Skonsolidowany rachunek zysków i strat IH 2011

Wyszczególnienie [mln zł]	IH 2011	IH 2010	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>1 081,0</b>	<b>906,1</b>	<b>19%</b>
Koszt własny sprzedaży	481,1	415,3	16%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	<b>599,9</b>	<b>490,7</b>	<b>22%</b>
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>55,5%</i>	<i>54,2%</i>	<i>1,3 pp</i>
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	<b>494,8</b>	<b>439,2</b>	<b>13%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>146,6</b>	<b>95,2</b>	<b>53%</b>
<i>Marża EBITDA</i>	<i>13,5%</i>	<i>10,5%</i>	<i>3,0 pp</i>
<b>EBIT</b>	<b>98,6</b>	<b>48,2</b>	<b>104%</b>
<i>Marża EBIT</i>	<i>9,1%</i>	<i>5,3%</i>	<i>3,8 pp</i>
<b>Zysk netto</b>	<b>78,3</b>	<b>33,1</b>	<b>137%</b>
<i>Marża netto</i>	<i>7,2%</i>	<i>3,7%</i>	<i>3,6pp</i>

13

# Skonsolidowany rachunek zysków i strat IIQ 2011

Wyszczególnienie [mln zł]	IIQ 2011	IIQ 2010	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	<b>580,5</b>	<b>481,6</b>	<b>21%</b>
Koszt własny sprzedaży	230,1	213,5	8%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	<b>350,4</b>	<b>268,0</b>	<b>31%</b>
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>60,4%</i>	<i>55,7%</i>	<i>4,7pp</i>
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	<b>257,5</b>	<b>226,1</b>	<b>14%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>111,6</b>	<b>63,7</b>	<b>75%</b>
<i>Marża EBITDA</i>	<i>19,2%</i>	<i>13,2%</i>	<i>6,0pp</i>
<b>EBIT</b>	<b>87,7</b>	<b>39,8</b>	<b>121%</b>
<i>Marża EBIT</i>	<i>15,1%</i>	<i>8,3%</i>	<i>6,9 pp</i>
<b>Zysk netto</b>	<b>64,2</b>	<b>37,9</b>	<b>70%</b>
<i>Marża netto</i>	<i>11,1%</i>	<i>7,9%</i>	<i>3,2pp</i>

14

# Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	30 czerwca 2011	31 grudnia 2010	30 czerwca 2010
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>698,1</u>	<u>712,6</u>	<u>728,2</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	272,0	272,2	272,9
- rzeczowe aktywa trwałe	408,4	422,5	433,4
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>785,8</u>	<u>716,4</u>	<u>708,1</u>
- zapasy	503,3	424,4	389,1
- należności krótkoterminowe handlowe	97,4	95,7	82,6
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	150,7	166,0	206,6
Aktywa razem	1 483,9	1 429,0	1 436,3
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>691,7</u>	<u>736,6</u>	<u>628,5</u>
- kapitał podstawowy	3,5	3,5	3,5
- zysk netto okresu bieżącego	78,3	139,1	33,1
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>231,2</u>	<u>281,2</u>	<u>310,7</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	120,9	156,1	191,2
- obligacje	106,7	121,5	115,5
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>561,0</u>	<u>411,2</u>	<u>497,1</u>
- zobowiązania z tytułu dostaw i usług	331,6	312,7	290,3
- kredyty bankowe i pożyczki	74,1	86,6	104,3
Pasywa razem	1 483,9	1 429,0	1 436,3

15

# Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011
<b>Reserved</b>	<b>176,5</b>	<b>198,4</b>	<b>217,1</b>
<b>Polska</b>	<b>106,6</b>	<b>124,3</b>	<b>138,5</b>
<b>UE</b>	<b>41,7</b>	<b>41,6</b>	<b>37,6</b>
<b>Rosja i Ukraina</b>	<b>28,2</b>	<b>32,5</b>	<b>41,0</b>
<b>CROPP</b>	<b>50,1</b>	<b>56,1</b>	<b>61,2</b>
<b>Polska</b>	<b>34,3</b>	<b>38,2</b>	<b>39,8</b>
<b>zagranica</b>	<b>15,8</b>	<b>17,9</b>	<b>21,4</b>
<b>ESOTIQ</b>	<b>6,7</b>	<b>7,1</b>	<b>0</b>
<b>Polska</b>	<b>6,3</b>	<b>7,0</b>	<b>0</b>
<b>zagranica</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0</b>
<b>House</b>	<b>43,3</b>	<b>48,2</b>	<b>53,6</b>
<b>Polska</b>	<b>37,4</b>	<b>39,5</b>	<b>42,0</b>
<b>zagranica</b>	<b>6,0</b>	<b>8,8</b>	<b>11,6</b>
<b>Mohito</b>	<b>9,4</b>	<b>10,1</b>	<b>15,5</b>
<b>Polska</b>	<b>9,4</b>	<b>10,1</b>	<b>13,5</b>
<b>zagranica</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2,0</b>
<b>Wyprzedażowe</b>	<b>2,2</b>	<b>2,7</b>	<b>3,6</b>
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>288,2</u></b>	<b><u>322,7</u></b>	<b><u>351,0</u></b>

- Wzrost powierzchni sieci sklepów w 2011 roku wyniesie około 28 tys. m<sup>2</sup> (35 tys. m<sup>2</sup> po uwzględnieniu powierzchni sklepów Esotiq)
- Przewidywana wartość nakładów na rozwój sieci – 60 mln zł (po uwzględnieniu fit-outów).

16

Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

RESERVED



M O H I T O