

# Wyniki osiągnięte w III kwartale 2011 roku

9 listopada 2011 roku

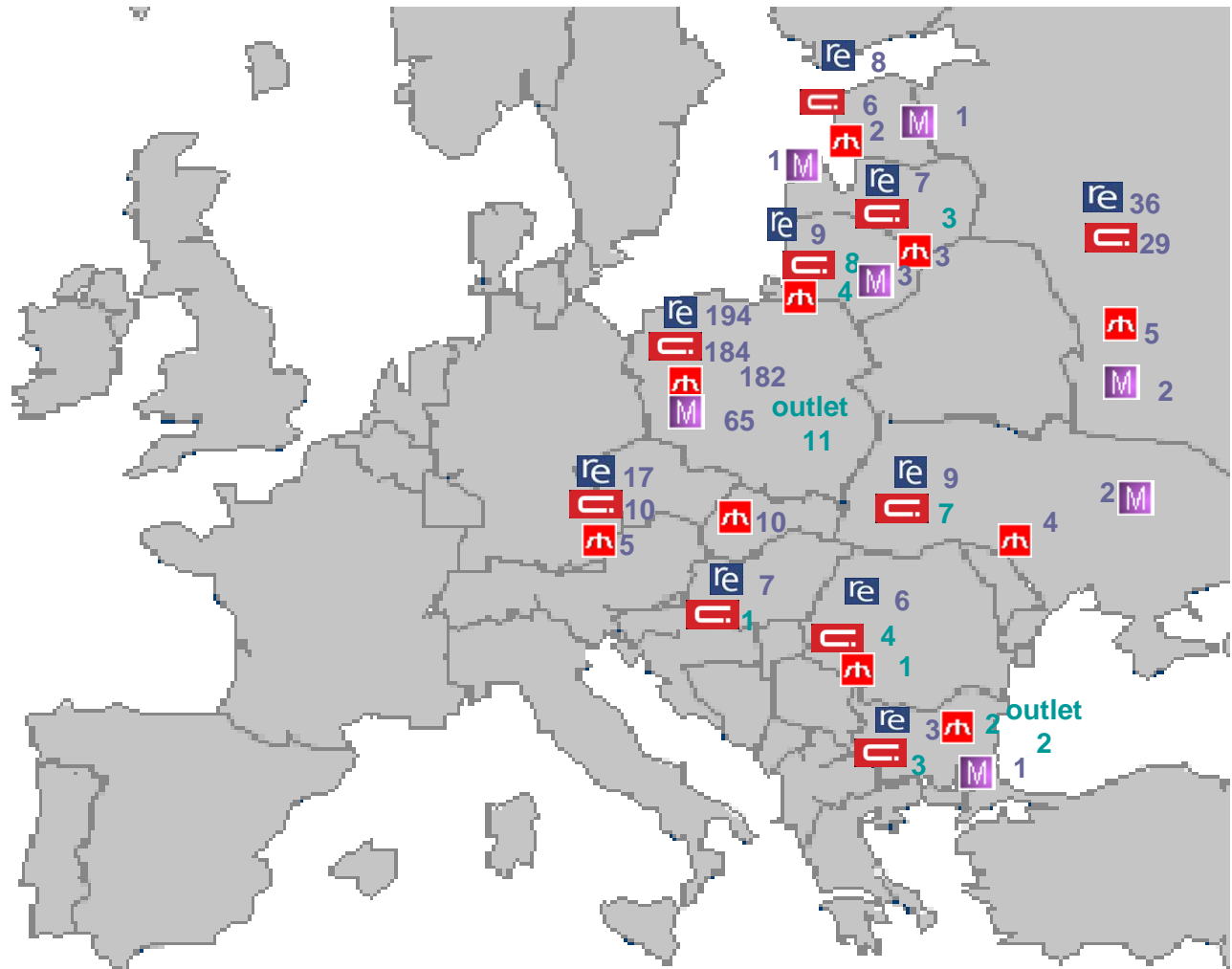
RESERVED



M O H I T O

# Nasze marki obecne w całym regionie

30 września 2011 roku sieć  
detailed LPP liczyła 857  
sklepów, z czego:  
296 Reserved  
255 CROPP  
218 House  
75 Mohito



# Realizacja planu rozwoju sieci

Powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	30.09.2011	30.09.2010	Zmiana
<b>Reserved</b>	<b>204</b>	<b>188</b>	<b>9%</b>
Polska	132	114	16%
UE	39	43	-9%
Rosja i Ukraina	33	31	6%
<b>CROPP</b>	<b>57</b>	<b>54</b>	<b>6%</b>
Polska	38	36	6%
zagranica	19	18	6%
<b>House</b>	<b>49</b>	<b>47</b>	<b>4%</b>
Polska	40	39	3%
zagranica	9	8	13%
<b>Mohito</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>30%</b>
Polska	12	10	20%
zagranica	1		
outlet	3	2	50%
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>326</u></b>	<b><u>300</u></b>	<b><u>9%</u></b>

- Łączna powierzchnia sieci sprzedaży wzrosła w ciągu 12 miesięcy o 9% (26 tysięcy m<sup>2</sup>) . Uwzględniając wpływ Esotiq o 6%.
- Średnia powierzchnia sieci w IIIQ2011 roku była większa o 7% od średniej powierzchni w IIIQ roku 2010.

3

1) Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

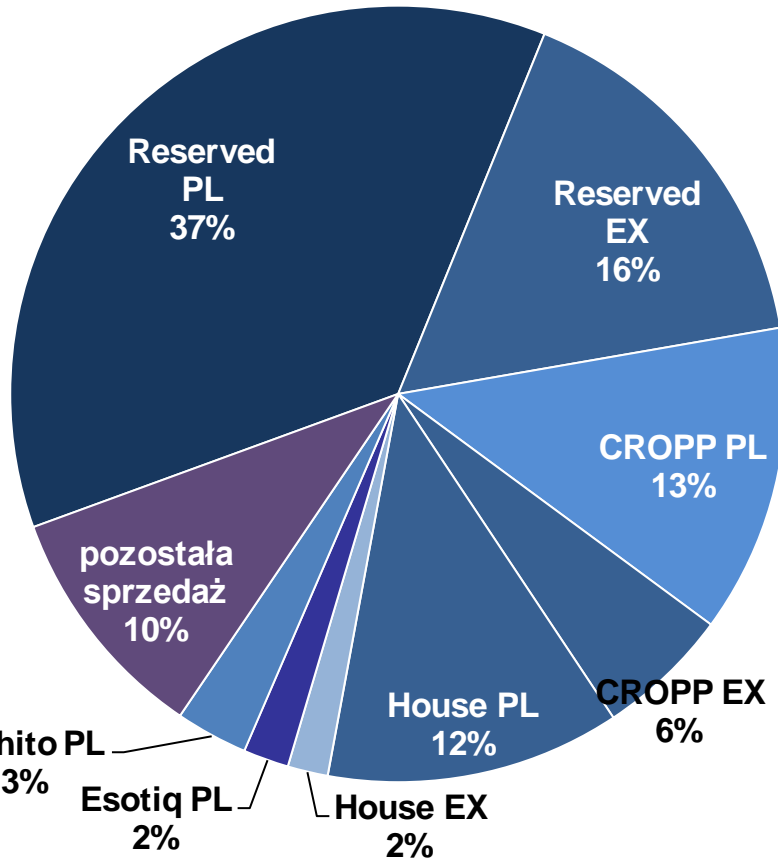
RESERVED



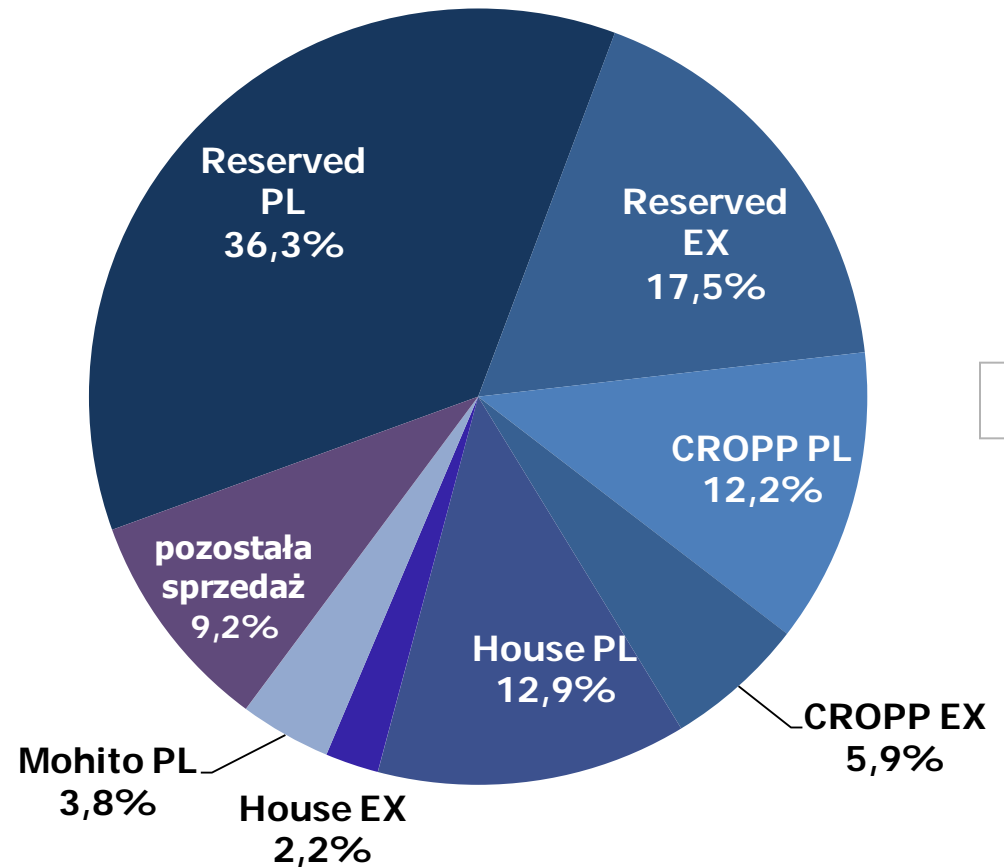
M O H I T O

# Udział poszczególnych kanałów dystrybucji w przychodach

2010



IIIQ2011



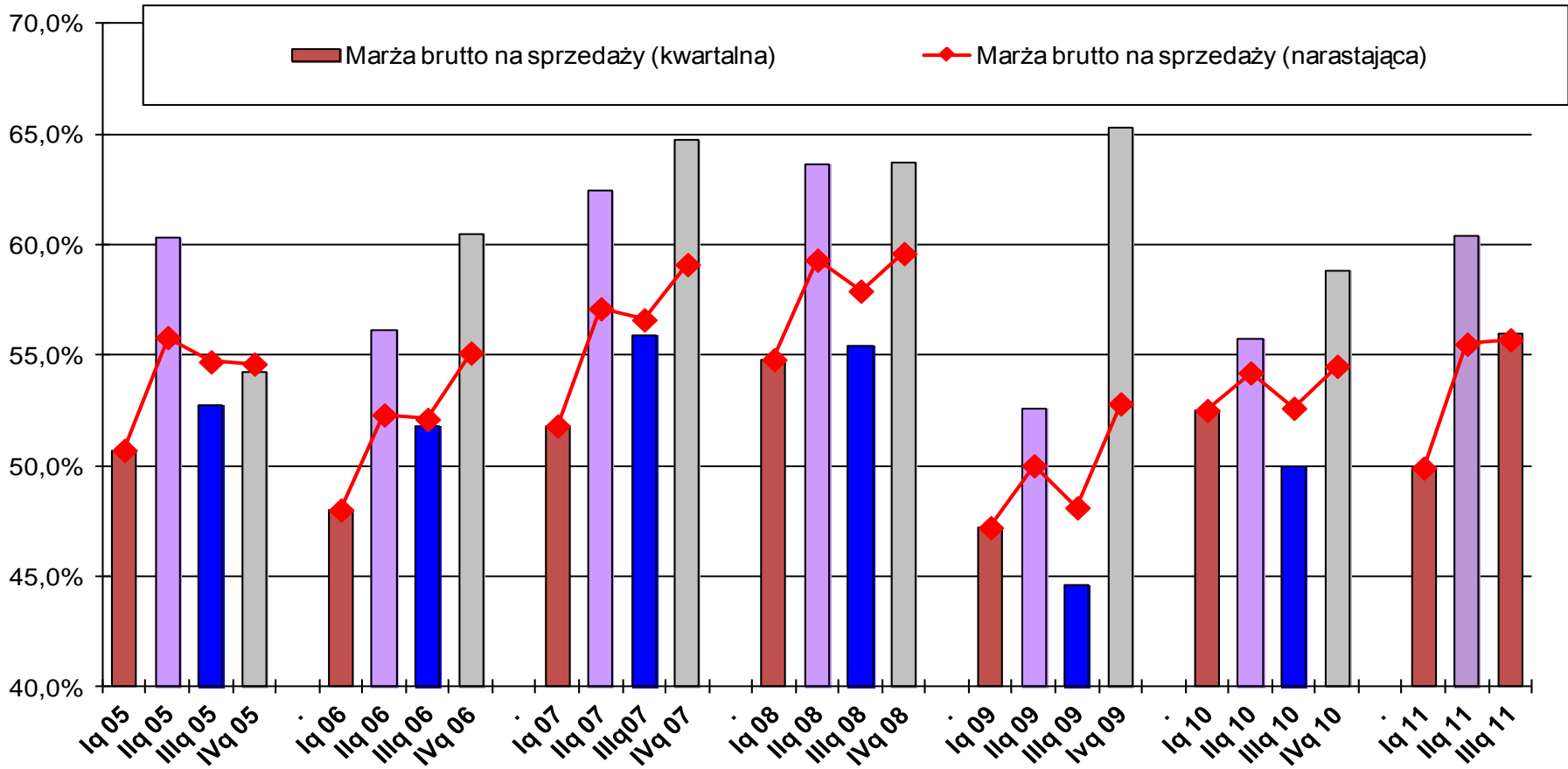
4

RESERVED

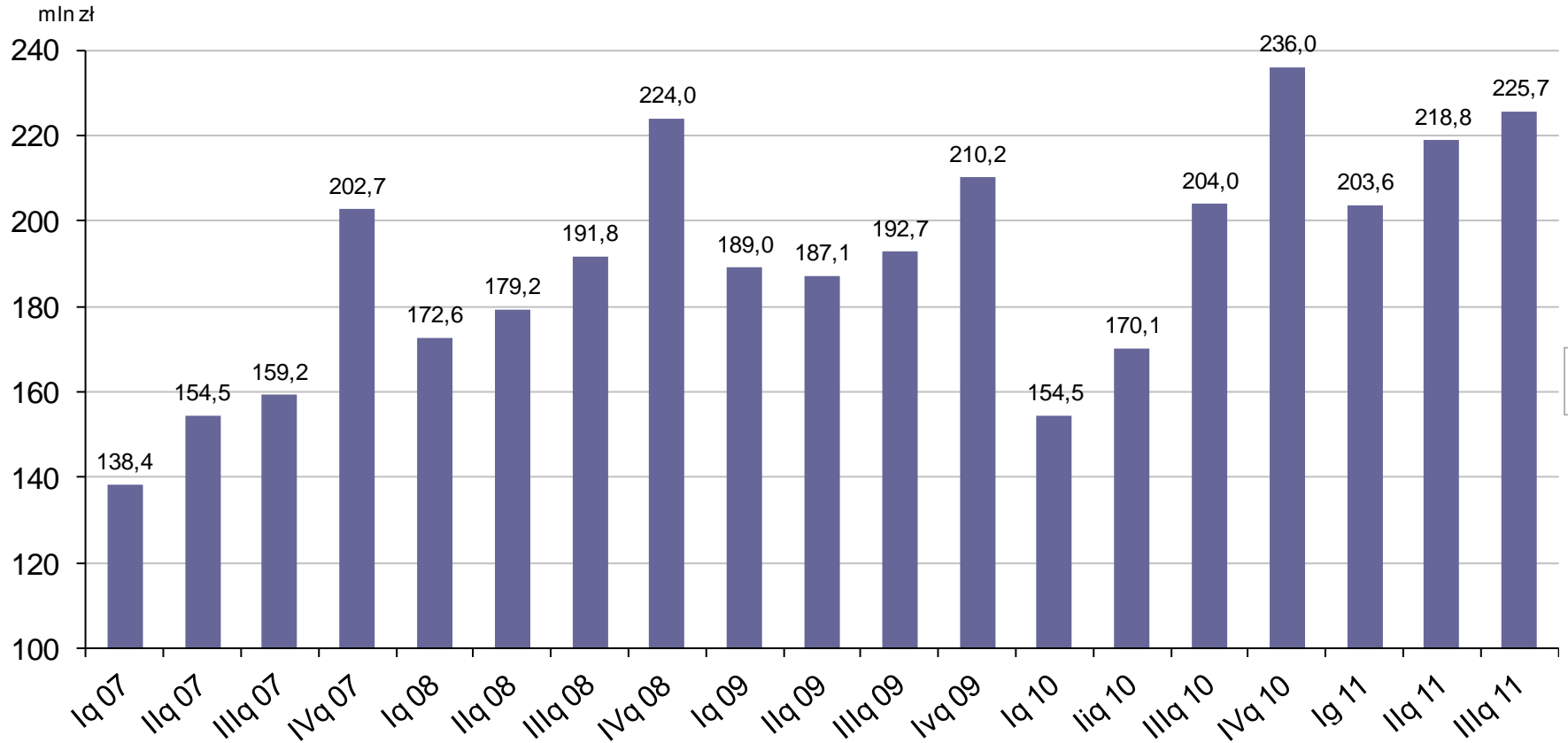


M O H I T O

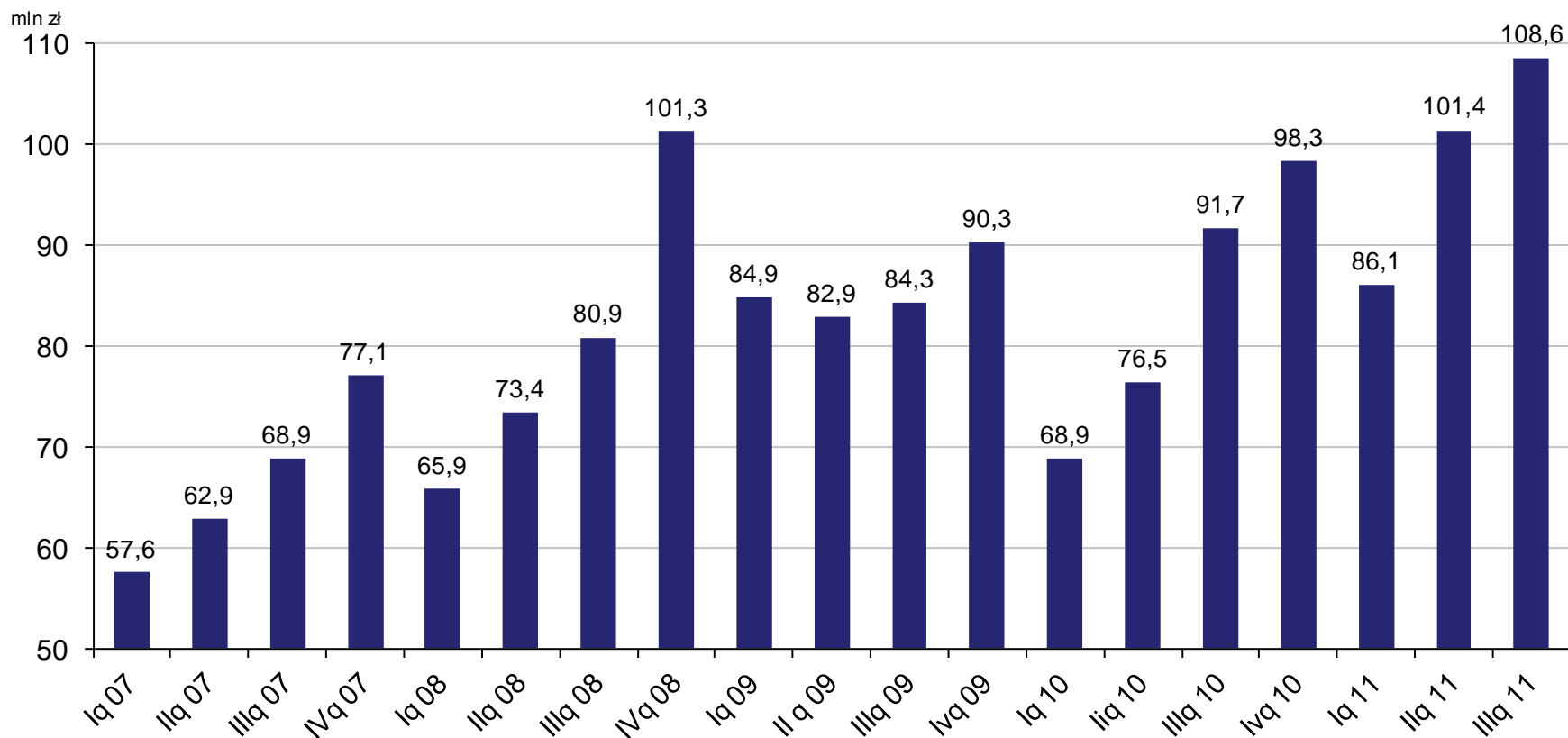
# Wysokość marży brutto na sprzedaży



# Przychody ze sprzedaży sieci RESERVED w Polsce



# Przychody ze sprzedaży w sieci RESERVED za granicą



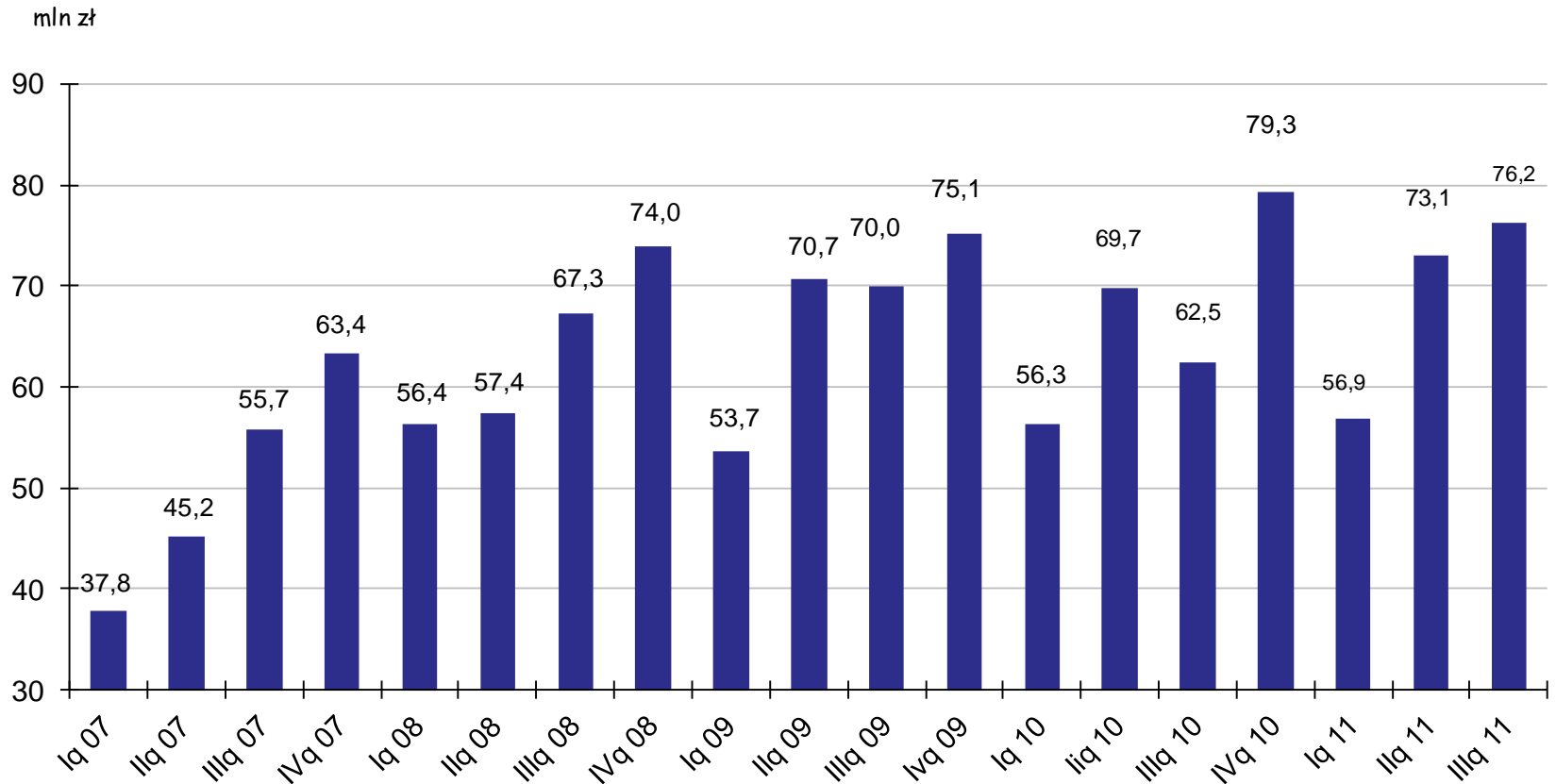
7

RESERVED



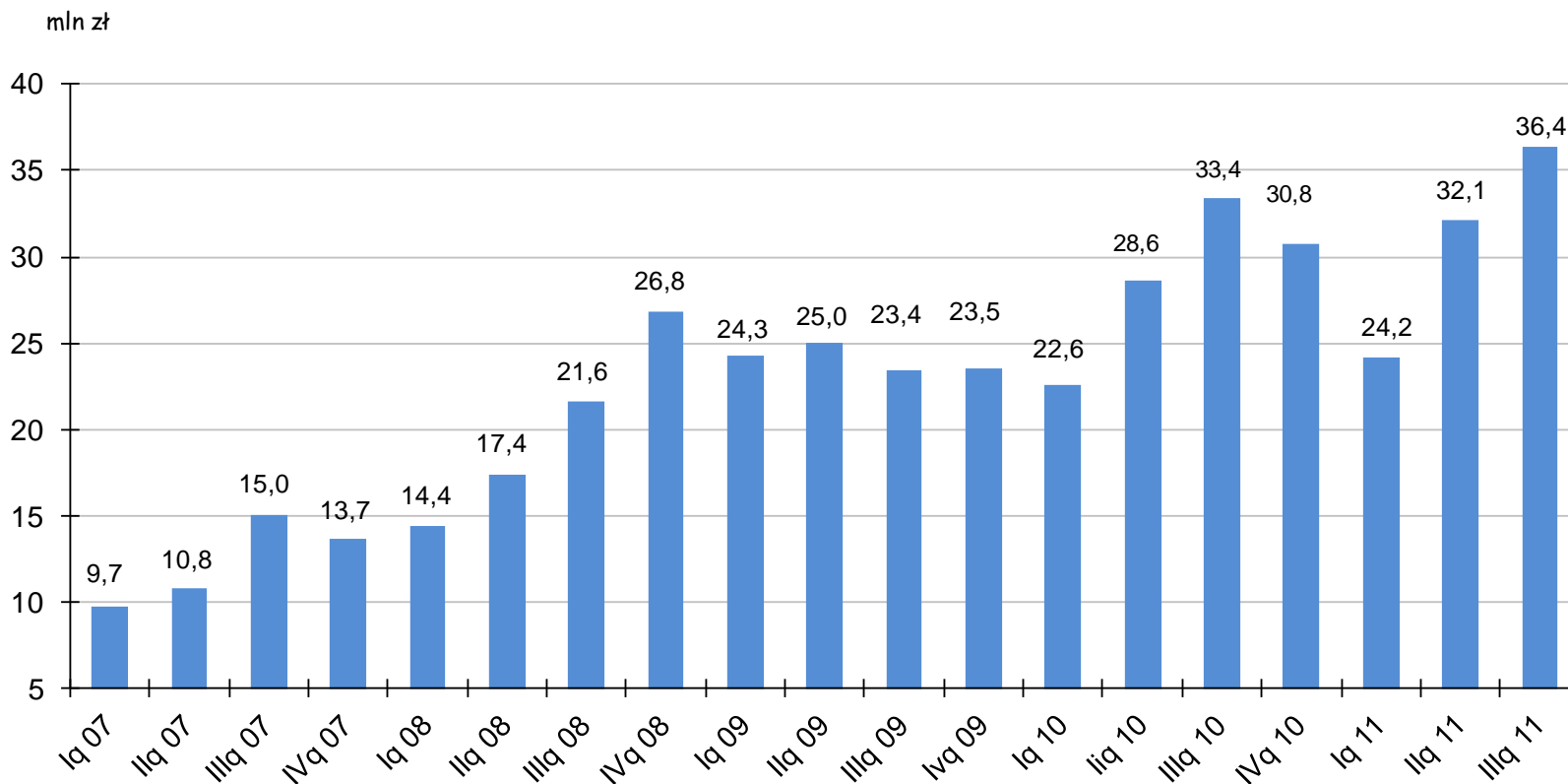
M O H I T O

# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP w Polsce

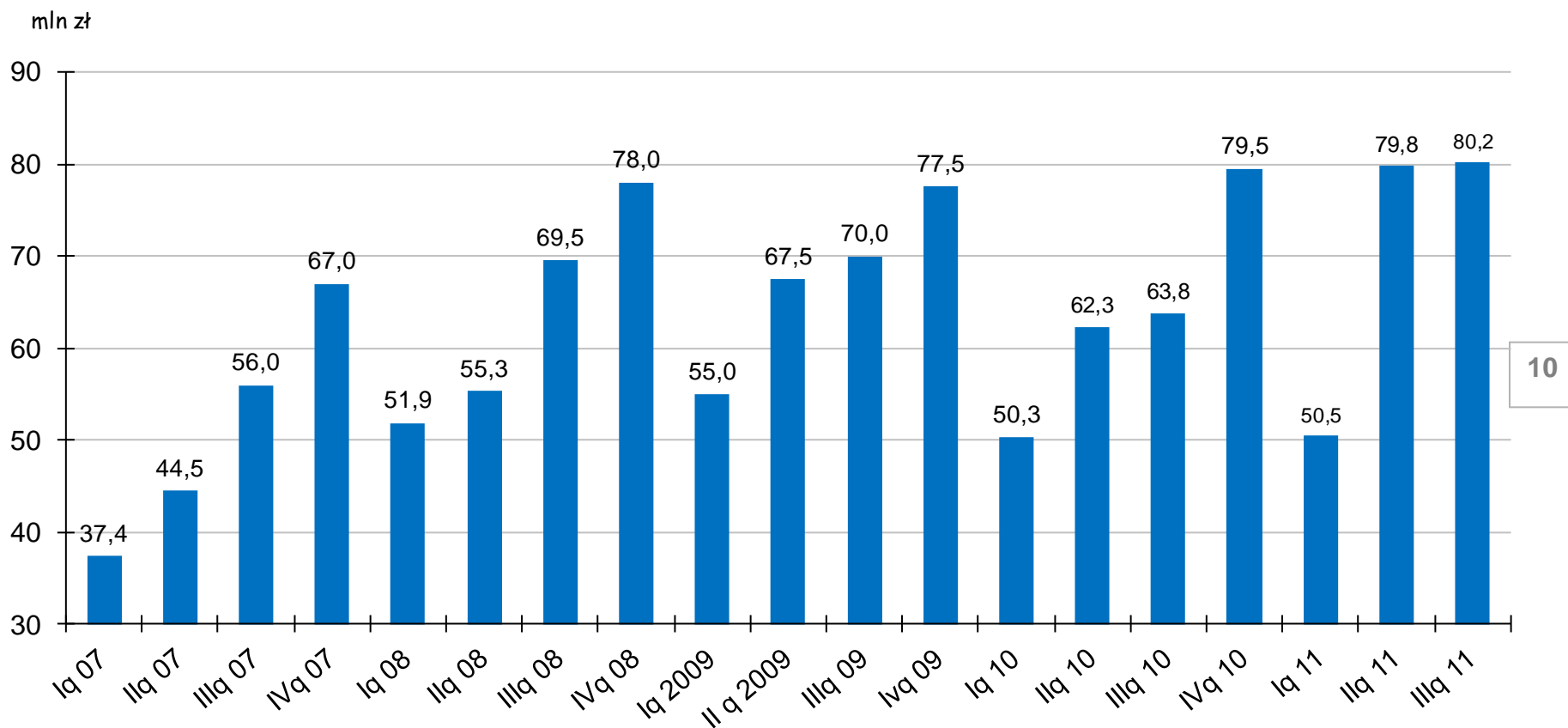




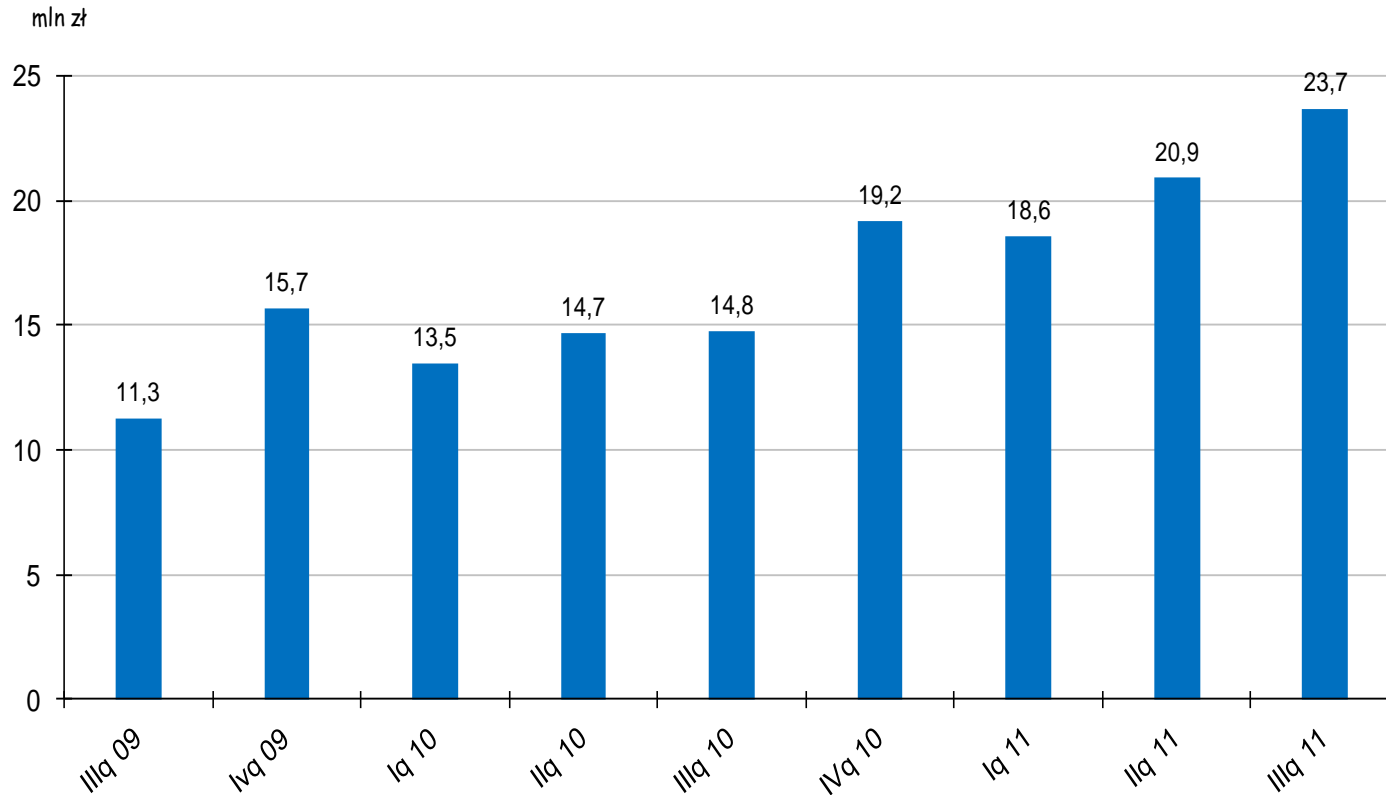
# Przychody ze sprzedaży sieci CROPP za granicą



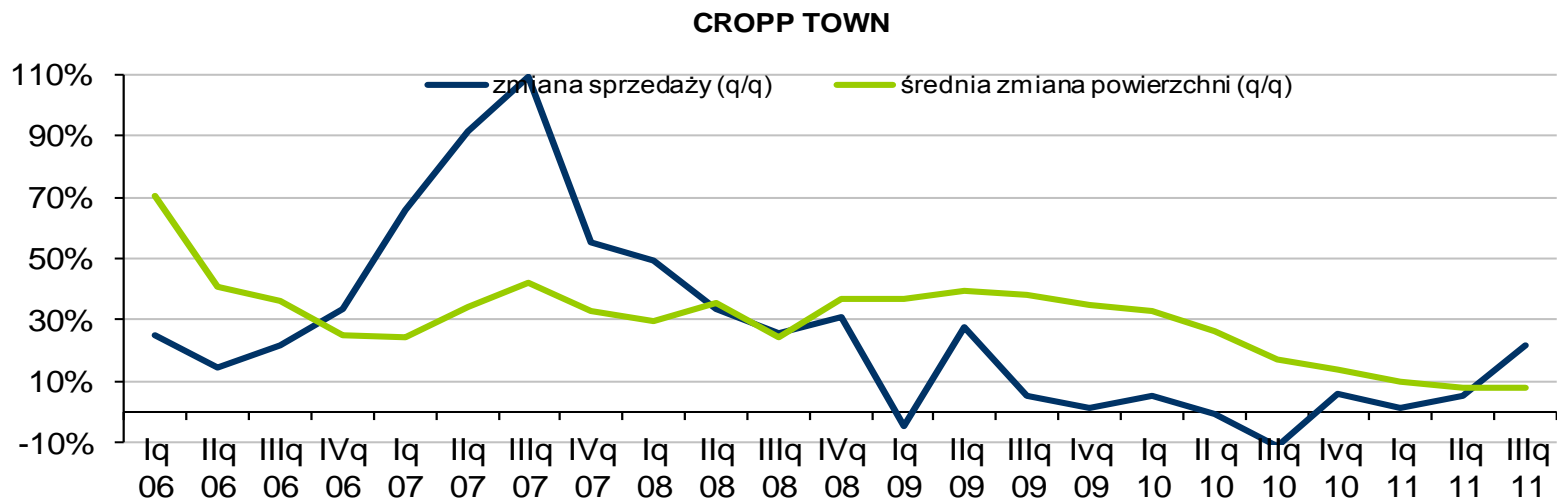
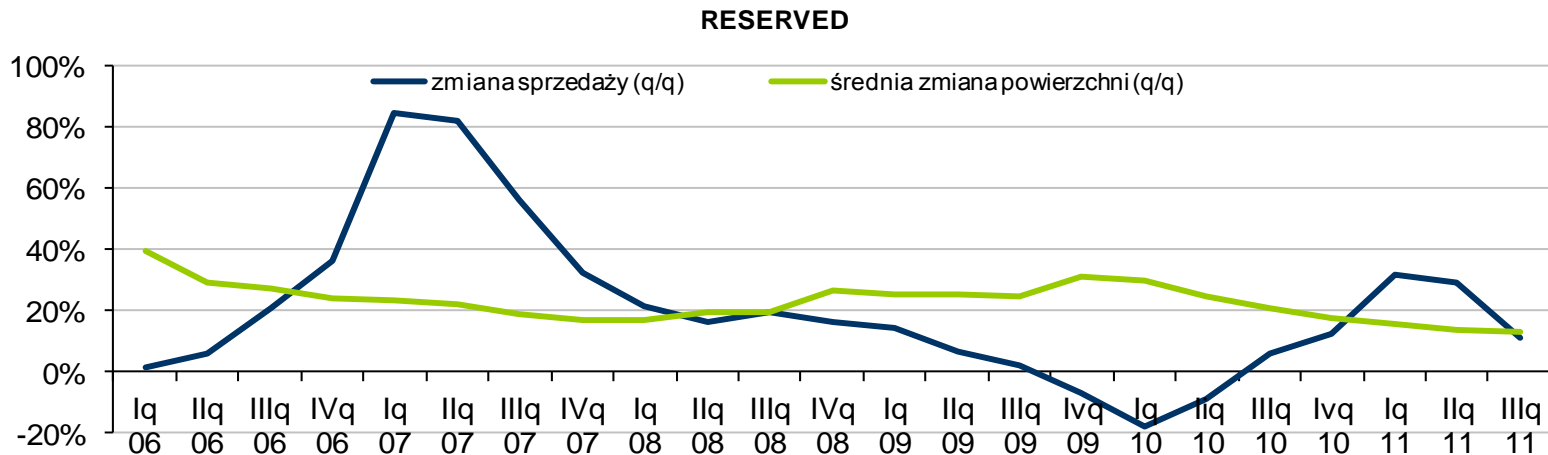
# Przychody ze sprzedaży sieci HOUSE w Polsce



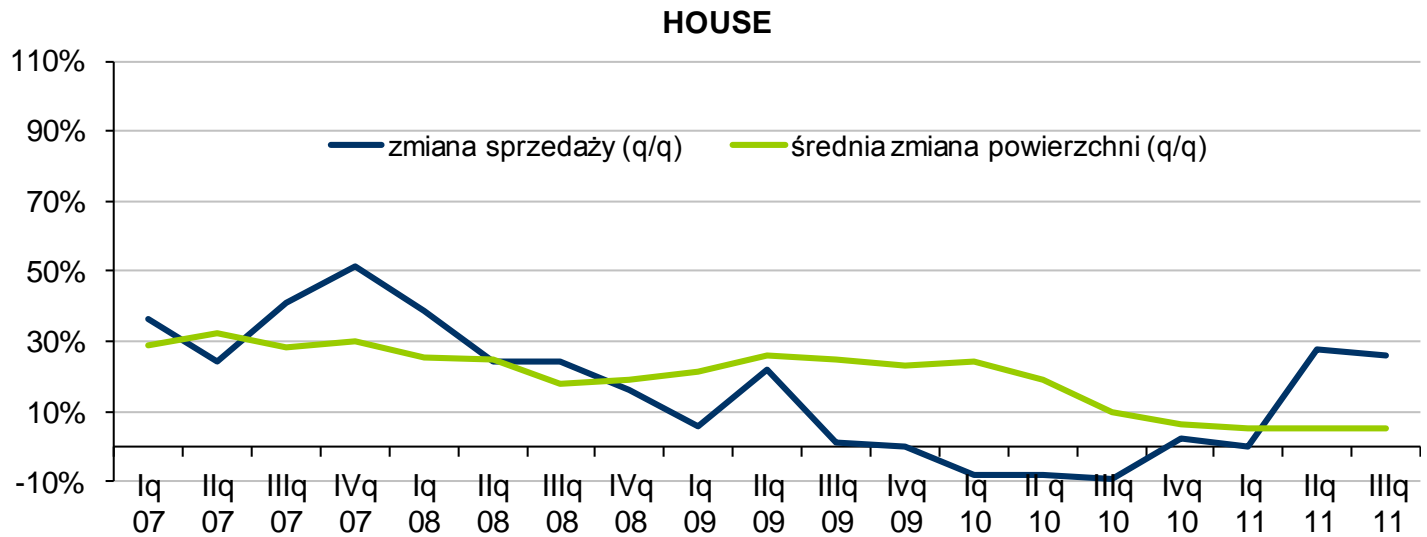
# Przychody ze sprzedaży sieci Mohito w Polsce



# Zmiana efektywności



# Zmiana efektywności



# Skonsolidowany rachunek zysków i strat I-IIIQ 2011

Wyszczególnienie [mln zł]	I-IIIQ 2011	I-IIIQ 2010	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	1 703,2	1 449,5	<b>18%</b>
Koszt własny sprzedaży	754,8	687,2	10%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	<b>948,4</b>	<b>762,3</b>	<b>24%</b>
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>55,7%</i>	<i>52,6%</i>	<i>3,1 pp</i>
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	760,0	674,2	<b>13%</b>
<b>EBITDA</b>	246,0	155,4	<b>58%</b>
<i>Marża EBITDA</i>	<i>14,4%</i>	<i>10,7%</i>	<i>3,7 pp</i>
<b>EBIT</b>	175,7	83,0	<b>107%</b>
<i>Marża EBIT</i>	<i>10,3%</i>	<i>5,9%</i>	<i>4,4 pp</i>
<b>Zysk netto</b>	139,4	49,8	<b>180%</b>
<i>Marża netto</i>	<i>8,2%</i>	<i>3,4%</i>	<i>4,8pp</i>

14

# Skonsolidowany rachunek zysków i strat IIIQ 2011

Wyszczególnienie [mln zł]	IIIQ 2011	IIIQ 2010	Zmiana [%]
<b>Przychody ze sprzedaży</b>	622,2	543,4	14%
Koszt własny sprzedaży	273,7	271,8	1%
<b>Zysk brutto na sprzedaży</b>	<b>348,5</b>	<b>271,6</b>	<b>28%</b>
<i>Marża brutto na sprzedaży</i>	<i>56,0%</i>	<i>50,0%</i>	<i>6,0pp</i>
<b>Koszty sprzedaży i ogólne (SG&amp;A)</b>	265,2	235,0	13%
<b>EBITDA</b>	100,0	60,2	66%
<i>Marża EBITDA</i>	<i>16,1%</i>	<i>11,1%</i>	<i>5,0pp</i>
<b>EBIT</b>	77,2	36,8	110%
<i>Marża EBIT</i>	<i>12,4%</i>	<i>6,8%</i>	<i>5,6 pp</i>
<b>Zysk netto</b>	61,1	16,7	266%
<i>Marża netto</i>	<i>9,8%</i>	<i>3,1%</i>	<i>6,7pp</i>

15

# Bilans skonsolidowany

[mln PLN]	30 września 2011	31 grudnia 2010	30 września 2010
<u>Aktywa trwałe, w tym:</u>	<u>719,8</u>	<u>712,6</u>	<u>726,9</u>
- wartości niematerialne (z wartością firmy)	272,1	272,2	272,8
- rzeczowe aktywa trwałe	428,3	422,5	433,4
<u>Aktywa obrotowe, w tym:</u>	<u>762,1</u>	<u>716,4</u>	<u>689,6</u>
- zapasy	553,6	424,4	423,4
- należności krótkoterminowe handlowe	100,7	95,7	81,8
- środki pieniężne i inne aktywa finansowe	58,2	166,0	143,0
Aktywa razem	1 481,8	1 429,0	1 416,4
<u>Kapitał własny, w tym:</u>	<u>772,1</u>	<u>736,6</u>	<u>647,1</u>
- kapitał podstawowy	3,6	3,5	3,5
- zysk netto okresu bieżącego	139,4	139,1	49,8
<u>Zobowiązania długoterminowe, w tym:</u>	<u>203,9</u>	<u>281,2</u>	<u>309,6</u>
- kredyty bankowe i pożyczki	118,2	156,1	190,2
- obligacje	82,7	121,5	115,5
<u>Zobowiązania krótkoterminowe, w tym:</u>	<u>503,3</u>	<u>411,2</u>	<u>459,8</u>
-zobowiązania z tytułu dostaw i usług i dywidendy	285,1	312,7	371,4
- kredyty bankowe i pożyczki	204,5	86,6	76,0
Pasywa razem	1 483,9	1 429,0	1 416,4

16



# Rozwój sieci

Powierzchnia [tys. m <sup>2</sup> ]	31.12.2011	31.12.2012	zmiana
<b>Reserved</b>	<b>217</b>	<b>243</b>	<b>12%</b>
Polska	139	152	10%
UE	38	39	3%
Rosja i Ukraina	41	52	27%
<b>CROPP</b>	<b>61</b>	<b>68</b>	<b>11%</b>
Polska	40	43	7%
UE	9	10	1%
Rosja i Ukraina	12	16	36%
<b>House</b>	<b>53</b>	<b>60</b>	<b>13%</b>
Polska	42	43	3%
UE	7	7	-3%
Rosja i Ukraina	4	10	146%
<b>Mohito</b>	<b>17</b>	<b>30</b>	<b>80%</b>
Polska	14	20	46%
UE	1	2	23%
Rosja i Ukraina	2	9	372%
Wyprzedażowe	4	6	56%
<b><u>RAZEM</u></b>	<b><u>351</u></b>	<b><u>406</u></b>	<b>16%</b>

- Wzrost netto powierzchni sieci sklepów w 2012 roku prognozowany w oparciu o konkretne lokalizacje wyniesie około 55 tys. m<sup>2</sup>. (16%). Ponieważ trwają poszukiwania dodatkowych lokali możliwa jest niewielka weryfikacja tych założeń.
- Szacowana wartość nakładów na rozwój sieci sklepów – 120 mln zł.

17

Powyższe zestawienia nie obejmują sklepów sezonowych

RESERVED



M O H I T O